БИРЖИ и БАНКИ

БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

№18 (361) 13 марта 1997 года четверг

СЕГОДНЯ

МОНЕТАРИСТ ЕГО ВЕЛИЧЕСТВА

Мы ничего не знаем о тех, кто вершил историю не пером и шпагой, а бухгалтерскими расчетами. А ведь экономист и финансист, порой, делали для народа больше, чем поэт и завоеватель.

... Отечественная война 1812–1815 гг. обошлась России в колоссально малую сумму. Затем, по ее окончании, в предельно короткий срок была совершена реформа в финансовой сфере: из ситуации, когда российский рубль фактически заменялся суррогатами, а страна находилась на пороге финансового банкротства, был осуществлен рывок, сделавший рубль самой стабильной валютой мира. За всем этим стоит человек, который признан историками как выдающийся министр финансов — Егор Францевич Канкрин.

стр. 22

РОССИЙСКИЙ ПРОРЫВ: ВПЕРЕД ИЛИ НА МЕСТЕ?

«Белорусская деловая газета» уже рассказывала о нескольких проектах реформирования легкой промышленности. Достаточно вспомнить о разработанной концепции вывода из кризиса концерна «Беллегпром», «подведенной» под возможности стратегического сотрудничества с немецкими партнерами, о проекте создания белорусско–российской финансово–промышленной группы. Теперь появилась новая идея. Для его изучения Советом Министров создана специальная экспертная комиссия.

стр. 17

СОБЫТИЕ

НА ЭТУ ОСЬ НАДЕТЬ БЫ ШАР ЗЕМНОЙ...

Андрей МАХОВСКИЙ

11 - 12 марта в Минске состоялась третья сессия Межпарламентского собрания Сообщества Беларуси и России. Парламентарии двух стран утвердили новый состав руководства, в очередной раз обсудили интеграционную тему и выслушали обращение президента Беларуси. Предложив депутатам подумать о создании союза двух государств, Александр Лукашенко заявил, что теперь Беларусь и Россия должны вместе в срочном порядке искать рецепт противодействия расширению НАТО на Восток. По его мнению, таким рецептом могло бы стать создание блока Беларуси, России и Китая.



В ногу с Китаем

Прежде всего члены Межпарламентского собрания позаботились об изменении в составе самого собрания. В связи с преобразованиями Верховного Совета Беларуси, произошедшими после референдума, часть белорусских депутатов была выведена из состава ассамблеи. В числе лишенных статуса членов межпарламентского собрания оказался и его председатель, бывший спикер белорусского парламента Семен Шарецкий. Парламентариями братских стран был утвержден новый состав белорусской делегации и избрано новое руководство ассамблеи. Председателем межпарламентского собрания стал спикер российской Думы Геннадий Селезнев.

Кроме этого, парламентарии рассмотрели несколько постановлений, призванных укрепить сотрудничество двух государств в самых различных сферах. В частности, депутатам было предложено постановление об изменении статуса Межпарламентского собрания. В соответствии с этим документом собрание предполагается наделить полномочиями по принятию законодательных актов прямого действия, которые были бы обязательны для обоих государств.

Второй проект постановления касался норм гражданства. Депутатам было предложено рассмотреть проект соглашения между Россией и Беларусью об упрощенном порядке приобретения гражданства. В соответствии с этим проектам стороны обязуются предоставлять гражданам другой стороны гражданство в регистрационном порядке. Для приобретения гражданства достаточно представления документов, удостоверяющих личность. Заявление рассматривается в срок не более трех месяцев. Условия соглашения распространяются на бывших граждан СССР и граждан, имеющих в одном из государств родственников по прямой линии.

С очередной программной речью о дальнейшем развитии Сообщества на совещании депутатов выступил Александр Лукашенко. Российским д[illegible]ли предложены меры по координации и унификации законодательства в различных сферах. В частности, Александр Лукашенко считает, что в проведении реформ не Беларусь должна идти за Россией, а скорее Россия должна перенять положительный опыт Беларуси. Важным аспектом развития интеграции Александр Лукашенко считает координацию политики в области печати и информации. По его словам, жестом доброй воли могло бы стать прекращение информационной войны российских СМИ против Беларуси и ее руководства.

Развитие Сообщества Александр Лукашенко видит в создании союза двух стран. По его мнению, сохранение суверенитета возможно при усилении роли и влияния наднациональных государственных органов. В их компетенции должно находиться управление границами, энергетической и транспортной системами и системой связи. Мерой по финансовому оздоровлению двух стран могло бы стать создание единого белорусско-российского государственного банка, обладающего правом давать рекомендации по формированию кредитно-денежной и валютной политики.

Особую роль Александр Лукашенко отвел уже существующим надгосударственным органам управления. По его мнению, их полномочия можно и нужно расширить. И в первую очередь необходимо позаботиться о расширении полномочий Высшего совета Сообщества, председателем которого является сам Александр Лукашенко. Белорусский президент предложил наделить самого себя правом ведения международных переговоров и заключения договоров от имени Сообщества.

При условии наделения себя такими полномочиями белорусский президент, судя по всему, намерен самым кардинальным образом изменить существующий на планете расклад сил и уж по крайней мере поставить надежный заслон дальнейшему расширению «страшного монстра» -- НАТО. По словам Александра Лукашенко, именно это является сейчас одной из важнейших проблем, о которой белорусские и российские парламентарии должны подумать сообща.

Вообще, расширению НАТО была посвящена значительная часть президентского выступления. Реально продвижение Североатлантического блока на Восток началось уже давно. По словам президента, в соседних с Беларусью странах расположены электронные системы слежения, передающие информацию о всех передвижениях войск в нашей стране. Заслон на пути НАТО Беларусь и Россия должны выстроить совместно. По словам Александра Лукашенко, сейчас есть разные варианты создания противовеса расширению Североатлантического блока. Причем именно сейчас *«есть уникальный шанс -- ось Пекин -- Москва -- Минск»*. Этот блок, по мнению белорусского президента, должен стать достойным ответом бывших социалистических государств на угрозу со стороны Запада. Как заявил Александр Лукашенко, возможность создания такого союза *«обсуждалась во время визита в Китай»*. Правда, если китайское руководство отнесется к белорусским предложениям без должного понимания, то у Александра Лукашенко есть и другие варианты, *«оглашать которые сейчас не время и не место»*.

Третья сессия Межпарламентской ассамблеи имела свою интригу: дело в том, что ее официальным председателем вплоть до 11 марта был председатель Верховного Совета Беларуси Семен Шарецкий. Наблюдатели на все лады гадали: как поведут себя российские депутаты, обещавшие в свое время спикеру белорусского парламента всяческую поддержку в обмен на подписание мирного соглашения с Александром Лукашенко. Поддержка оказана, надо полагать, исключительно моральная, а место Семена Георгиевича занял Геннадий Николаевич.

В свою очередь Семен Шарецкий считает, что состоявшаяся очередная сессия Парламентского собрания проходила вне рамок закона. По его словам, *она столь же нелегитимна, как и нелегитимны были референдум и создание Национального собрания Беларуси.* Семен Шарецкий считает, что российские политики, *«поддержавшие авантюриста Лукашенко, по сути дела, стали такими же авантюристами»*. Впрочем, Семеном Георгиевичем, возможно, движет обычная обида, ведь на встречу со своими бывшими российскими коллегами он не попал. *«Меня туда никто не звал. А без приглашения там мне нечего делать»*, -- заявил он. Что же, всегда неприятно, когда тебя предают. Но согласно известной восточной поговорке обижайся-не обижайся, а «караван идет»...

ВИЗИТЫ

КАЖДЫЙ О СВОЕМ

BNS

Литва удовлетворена обещанием Беларуси в самое ближайшее время начать демаркацию границы с Литвой и переговоры о возвращении нелегальных иммигрантов. Именно так средства массовой информации и официальные лица Литвы комментируют итоги визита в эту страну главы внешнеполитического ведомства нашего государства Ивана Антоновича.

В понедельник после встречи с главой белорусского МИД министр иностранных дел Литвы Альгирдас Саударгас также заявил, что Беларусь пообещала не медлить с присоединением к Венской конвенции о гражданской ответственности в случае ядерных инцидентов. Что же касается демаркации белорусско-литовской границы, то Литва в этом году уже выделила на эти цели 3 миллиона литов, Иван Антонович пообещал в Вильнюсе, что и Беларусь изыщет аналогичную сумму на проведение своей части работ.

СМИ Литвы со ссылкой на Альгирдаса Саударгаса также сообщают, что уже в этом месяце должны начаться литовско-белорусские переговоры, посвященные соглашению о реадмиссии, ведь 650-километровая белорусско-литовская граница до настоящего времени остается практически прозрачной для потока нелегальных иммигрантов, но до недавнего времени на перспективу проведения таких переговоров Минск реагировал достаточно прохладно.

В Вильнюсе Иван Антонович в очередной раз заявил об отрицательном отношении белорусского руководства к расширению НАТО на Восток. Альгирдас Саударгас, в свою очередь, акцентировал внимание на стремлении Литвы интегрироваться и в Североатлантический альянс, и в Европейский союз. Однако оба министра высказались за развитие двустороннего диалога, дабы различные внешнеполитические приоритеты соседних государств не стали причиной конфликтов.

Антонович также выразил благодарность Литве за «нейтральную позицию» в отношении внутренней политики Беларуси. В ответ литовский министр напомнил белорусскому коллеге о совместном заявлении президентов Литвы, Польши и Украины, в котором они выразили обеспокоенность положением в нашей стране. Он подчеркнул, что Литва придерживается позиции международных организаций и западных демократий, не признающих итогов референдума о расширении полномочий белорусского президента Александра Лукашенко и легитимность сформированного президентом парламента. Так что каждый из собеседников, похоже, говорил и думал о своем.

СОТРУДНИЧЕСТВО

МОСКВА -- МИНСК: ДОКУМЕНТАЛЬНО ЗАФИКСИРОВАННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Отдел информации «БДГ»

Без сомнения, «героем нынешней недели» стал мэр Москвы Юрий Лужков, приезд которого в Минск знаменателен не только горячим выступлением на третьей сессии Межпарламентского собрания Беларуси и России, но и подписанием ряда документов о сотрудничестве.

Совместив приятное с полезным, московский мэр во время своего пребывания в Минске провел ряд деловых встреч и подписал несколько документов. В частности, в Министерстве здравоохранения Беларуси был подписан договор, согласно которому граждане нашей страны смогут воспользоваться услугами двух московских онкологических центров. Помимо этого, подписаны документы о поставках в российскую столицу белорусской сельскохозяйственной продукции и о торгово-экономическом сотрудничестве Москвы и Минска. Содержание последнего московский мэр прокомментировал следующим образом: *«Документ на трех страницах, но весит многие миллиарды»*.

У Юрия Лужкова также состоялись встреча за закрытыми дверями с Александром Лукашенко и переговоры на нескольких белорусских предприятиях.

РЕВИЗИИ

ЧИСТКА ДЛЯ ПРИВАТИЗАТОРОВ

Отдел информации «БДГ»

Как стало известно «БДГ», 11 марта премьер-министр Сергей Линг подписал распоряжение о создании межведомственной комиссии (МВК), которая должна в течение трех месяцев осуществить комплексную проверку законности приватизации госсобственности и соответствия заявленной и реальной стоимости этой собственности.
В состав МВК, возглавляемой министром экономики Владимиром Шимовым, вошли представители министерств промышленности и финансов, топлива и энергетики, сельского хозяйства, архитектуры и строительства, транспорта, а также Высшего хозяйственного и Арбитражного судов, Национального банка.

МВД и КГБ, а также налоговой полиции предписано содействовать ревизорам, которые 12 марта разъехались по городам и весям страны. Органы местной исполнительной власти должны обеспечить безотлагательное предоставление членам комиссии требуемых ими финансово-отчетных документов.

По одной из версий, идея проведения широкомасштабной проверки родилась в ведомстве Николая Домашкевича. Именно сотрудники Комитета государственного контроля (не без помощи силовых министерств) получили материалы, свидетельствующие о нарушениях закона при осуществлении разгосударствления и приватизации.

Существует и другая точка зрения, согласно которой проверка объясняется катастрофической нехваткой денег в бюджете и необходимостью поиска очередного врага, на которого можно списать провалы в экономике.

ПАРТИИ

ЖИРИНОВСКИЙ В ГОСТИ К НАМ

Отдел информации «БДГ»

В конце нынешней недели Беларусь в очередной раз планирует почтить своим визитом лидер Либерально-демократической партии России Владимир Жириновский.

Так, на 15 марта намечено его выступление перед могилевчанами. Как сообщается в «сопроводительном» послании, направленном мэру Могилева Дмитрию Сивицкому секретариатом ЛДПР, целью визита Владимира Жириновского является обязанность Владимира Вольфовича перед двумя народами защищать *«светлую идею славянского братства»*.

В письме высказана просьба *«организовать и обеспечить встречу председателя ЛДПР Владимира Жириновского с жителями Могилева на центральной площади города 15 марта 1997г.»*, на которой визитер собирается *«изложить видение перспектив преодоления вискулевского сговора и возрождения Великой Страны»*.

УТОЧНЕНИЕ

В прошлом номере «БДГ» в информации «КОРОЛЕВА ВЕЛИКОБРИТАНИИ ОБРАТИЛАСЬ К СТРАНАМ СОДРУЖЕСТВА» была допущена неточность. Следует читать не *«к странам -- членам СНГ»*, а *«к странам британского Содружества»*.

КАДРЫ

ВСПЛЫВЕТ ЛИ КУЧИНСКИЙ?

Отдел информации «БДГ»

Как стало известно корреспонденту «БДГ» из информированных источников, бывший помощник президента РБ по особым поручениям, бывший начальник Секретариата Национального собрания РБ депутат Виктор Кучинский может получить новое назначение.

В настоящее время в аппарате Совета безопасности заканчивается рассмотрение вопроса о создании единой структуры, которая занималась бы оперативно-следственной деятельностью. Предполагается, что Следственному комитету будут переданы соответствующие функции Прокуратуры, МВД и КГБ, что может положить начало широкомасштабной реформе правоохранительных органов и очередной кадровой перетряске. По утверждению источника данной информации, в руководстве создаваемого ведомства в статусе заместителя его председателя и всплывет наш непотопляемый «гранатометчик».

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА:

АКЦИИ

«БОЛЬШЕ ДВУХ НЕ СОБИРАТЬСЯ!»

Андрей МАХОВСКИЙ

Как известно, неделю назад Александр Лукашенко издал декрет, жестко регламентирующий проведение демонстраций и пикетов. 10 марта оппозиция ознаменовала появление этого документа очередной масштабной акцией протеста. На этот раз поводом для выражения недовольства стал приезд делегации российского парламента. Манифестанты выразили свое негативное отношение к интеграции вообще и к белорусскому президенту в частности.

В течение трех дней пребывания московских гостей в белорусской столице власти разрешили проведение трех пикетов на площади Независимости. Первый из них начался через час после приезда российских парламентариев. В соответствии с вышеупомянутым разрешением число участников пикета не должно было превышать 40 человек. Однако неожиданно и для сотрудников милиции, и для организаторов акции к назначенному времени у здания парламента собралось около двух тысяч человек.

На площадь Независимости пикетчиков не пустила милиция. Поэтому все антиинтеграционные мероприятия в полном соответствии с президентским декретом проходили в нескольких десятках метров от здания парламента. Демонстрируя неприязнь к великому восточному соседу, митингующие сожгли российский флаг и чучело омоновца с надписью «друг России». После этого неожиданно для всех толпа двинулась по проспекту Скорины в сторону Администрации президента. Таким образом, санкционированный пикет превратился в никем не санкционированную демонстрацию.

Руководство БНФ считает, что движение было спровоцировано сотрудниками правоохранительных органов. По словам секретаря управы фронта Вячеслава Сивчика, *милиция начала оттеснять мирно стоявших людей, подтолкнув их тем самым к нарушению правопорядка.* Остановить движение оказалось некому. Как выяснилось, милиция к такому повороту событий была просто не готова. Призвать демонстрантов к порядку не могли и организаторы акции. К тому времени несколько человек уже было задержано, а оставшимся отказали в предоставлении громкоговорящих устройств.

В результате никем не управляемая толпа вышла на проезжую часть. По пути колонна выросла приблизительно в два раза и совершенно беспрепятственно дошла чуть ли не до здания президентской Администрации. Только здесь движение было остановлено несколькими ротами омоновцев.

Правда, на этом «антиинтеграционная» акция не закончилась. Словно развлекаясь, демонстранты дважды прогулялись от площади Независимости к Администрации президента и обратно. Ни угрозы милиции, ни призывы организаторов успеха не имели. Стихийная акция завершилась лишь поздно вечером, с наступлением темноты.

Все это время милиция вела себя по отношению к демонстрантам достаточно сдержанно и корректно. Несколько небольших стычек завершились в пользу участников акции. На масштабное применение силы сотрудники правоохранительных органов, несмотря на очевидные нарушения правопорядка, так и не решились. Ситуация была настолько накалена, что любая провокация могла привести к непредсказуемым последствиям. По утверждению сотрудников милиции, в районе Администрации президента демонстранты уже начали собирать камни, бутылки и иные подручные средства самообороны.

Впрочем, милиция не осталась в долгу. Как обычно, сотрудники правоохранительных органов план по задержанию выполняли уже после окончания акции. Всего, по данным БНФ, было задержано более ста человек, многие из которых оказались несовершеннолетними. В числе прочих были арестованы руководители фронта Винцук Вячорка и Александр Беляцкий.

На следующий день аресты продолжились. Дело в том, что пикет против интеграции предполагалось проводить в течение трех дней. Однако напуганные предыдущими событиями власти города в последний момент запретили проведение новых акций. К району Дома правительства были стянуты внушительные силы милиции. Всего на площади Независимости и подступах к ней расположились около 15 милицейских автобусов. Пикетчиков (и то не ярко выраженных) оказалось лишь четверо. Тем не менее сотрудники правоохранительных органов проявили завидную бдительность, действуя по принципу «больше двух не собираться». Граждан, собравшихся в большем количестве, вначале вежливо просили «разойтись», а в случае неподчинения «законным требованиям сотрудников милиции» не менее вежливо просили «пройти». (Кстати, «разойтись» попросили и корреспондента газеты «Имя», шествовавшего через площадь в гордом одиночестве. От последующего приглашения «пройти» его избавило журналистское удостоверение). В результате к задержанным накануне добавилось еще несколько человек. В соответствии с новым декретом Александра Лукашенко всем им грозит штраф от $55 до $1675. Пока, правда, размер штрафа ограничен $100. Именно такую сумму должны уплатить те участники акции протеста 10 марта, суды над которыми уже состоялись.



Нет планам расширения России на Запад

НОВОСТИ

ОТ ЗАРПЛАТЫ ДО ЗАРПЛАТЫ

Андрей МАХОВСКИЙ

В начале нынешней недели Федерация профсоюзов приняла постановление «О действиях профсоюзов в связи с ростом цен и тарифов». В нем констатируется снижение жизненного уровня трудящихся и содержатся рекомендации по предполагаемым изменениям тарифной сетки.

Напомним, что сегодня Федерация профсоюзов совместно с Министерством труда готовит решения о достаточно кардинальном реформировании системы оплаты труда в стране. С 1 апреля нынешнего года ставку первого разряда предполагается увеличить в несколько раз и довести до BLR 500 тысяч. Соответственно будут изменены тарифная сетка и размер минимальной заработной платы.

Правда, существенного улучшения уровня жизни после этого решения ждать не приходится. Дело в том, что теперь в ставку первого разряда будут включены фиксированные надбавки, суммы индексации и прогнозируемый пятипроцентный рост заработной платы. Тем не менее Федерация профсоюзов считает, что изменение системы оплаты труда положительно скажется на ситуации в экономике. Руководство федерации настаивает на скорейшем принятии этого решения. По мнению федерации, правительство вообще и Министерство труда в частности недостаточно заботятся о преодолении кризисной ситуации в сфере оплаты труда. По состоянию на 25 февраля задолженность по зарплате возросла на BLR 27 млрд. и составила BLR 595 млрд. Заработная плата в народном хозяйстве в денежном выражении уменьшилась на BLR 66 тысяч, а ее покупательная способность в связи с ростом цен сократилась на 15%.

Помимо новой системы оплаты труда, для решения этих проблем профсоюзы предлагают ряд мер по сокращению расходов на содержание административно-управленческого персонала и введению в действие механизма *«замещения заработной платой других издержек производства».*

Членским организациям ФПБ предлагается усовершенствовать свою деятельность. Возможным методом воздействия на правительство и работодателей профсоюзы считают проведение массовых акций протеста.

БЕНЗИН ДЛЯ СЕЛА БУДЕТ ДЕШЕВЕТЬ?

Отдел информации «БДГ»

Выступая на заседании, посвященном подготовке к посевной, Александр Лукашенко заявил о необходимости снижения цен на нефтепродукты. По мнению президента, цены на дизтопливо и бензин сегодня чересчур высоки и потому неприемлемы для предприятий агропромышленного комплекса.

Пока непонятно, каким образом можно достичь снижения цен и как это отразится на рынке нефтепродуктов. Ведь именно тем, что цены в Беларуси значительно ниже мировых, вызваны перебои в обеспечении нашей страны нефтепродуктами, имевшие место в конце прошедшего года. По имеющимся данным, концерн «Белнефтепродукт» пока не принял решения о способе снижения цен. Скорее всего, единственным реальным вариантом станет предоставление ему со стороны государства ряда налоговых льгот.

В БЛАГОДАРНОСТЬ ЗА ПОДАРОК

Отдел информации «БДГ»

Как известно, 5 марта земляки украинского президента Леонида Кучмы, жители села Чайкино Черниговской области, получили щедрый подарок президента Беларуси Александра Лукашенко – два трактора новейшей модели 2021, выпущенные на Минском тракторном заводе.

Машины стоимостью $67800, проделав путь в 620 км, поступили на службу в коллективное сельскохозяйственное предприятие имени Шевченко и пришлись весьма кстати накануне посевной, поскольку украинские труженики села, как и белорусские, испытывают катастрофическую нехватку сельскохозяйственной техники.

Митинг, посвященный знаменательному событию, прошел на высоком эмоциональном подъеме. Сергей Посохов, помощник белорусского президента, вручил грамоту за подписью Александра Лукашенко, засвидетельствовавшую акт дарения, председателю КСП Петру Кедуну. А Михаил Леонов, генеральный директор Минского тракторного завода, передал ему ключи от тракторов с просьбой вручить их лучшим механизаторам.

Вероятно, эта благотворительная инициатива белорусского президента способствовало тому, что в Министерстве машиностроения Украины на государственном уровне были обсуждены проекты белорусско-украинского сотрудничества. В частности, разработан механизм создания совместного производства кормоуборочной техники на Тернопольском заводе при участии «Гомсельмаша», а также совместного производства завода «Киевтрактородеталь» и МТЗ. Предполагается, что сотрудничество на основе кооперирования крупнейших производителей сельскохозяйственной техники позволит снизить себестоимость машин, которая высока как у украинских, так и у белорусских производителей. Планируется, что в середине марта состоится совместное заседание белорусско-украинской комиссии по проблемам экономического взаимодействия.

В ПРЕДДВЕРИИ ШВЕЙЦАРСКОГО ФОРУМА

Отдел информации «БДГ»

13-14 марта в Минске с рабочим визитом будет находиться президент всемирного экономического форума «Кран Монтана» г-н Картерон.

Как стало известно «БДГ», в плане визита встречи с министром иностранных дел Иваном Антоновичем, министром внешних экономических связей Михаилом Мариничем, вице-премьером белорусского правительства Петром Прокоповичем.

В июне в швейцарском городе Кран Монтана состоится очередной всемирный экономический форум, на который Беларусь будет приглашена в качестве почетного гостя. В ходе визита в Минск г-н Картерон планирует обсудить с руководством республики вопросы, связанные с участием белорусской делегации в форуме.

СОЮЗ ПОД НОМЕРОМ ДВА

Отдел информации «БДГ»

12 марта Исполнительный секретарь Содружества Независимых Государств Иван Коротченя вылетел в Кишенев для встречи с руководством этой страны.

Как стало известно «БДГ», не последнее место в ходе этой поездки будет уделено проблемам таможенного союза. Правда, не того, который заключили Россия, Беларусь, Казахстан и Киргизия, а еще одного таможенного союза, который вот-вот появится в рамках Содружества.

Именно на март намечен визит в Молдову президента Украины Леонида Кучмы, в ходе которого планируется подписание документов о создании таможенного союза Украины и Молдовы. Как нам стало известно, предварительно эти планы уже согласованы украинской стороной с Минском, и именно ими объясняется небывалая активность белорусских и украинских дипломатов.

На недавно состоявшейся пресс-конференции вице-премьер белорусского правительства Василий Долголев заявил о том, что белорусское руководство видит только «плюсы» в инициативе Украины и Молдовы, *«поскольку основной проблемой продвижения молдавских товаров на белорусский рынок является отсутствие совместной границы».* Таможенный же союз Украины и Молдовы соответственно ее приблизит.

ВИЗИТЫ

БЕЛОРУССКОЕ ОКНО В АРАБСКУЮ АФРИКУ

Отдел информации «БДГ»

На минувшей неделе Минск посетила делегация Арабской Республики Египет во главе с заместителем министра иностранных дел Фатхи Эльшазли. В ее состав входили также председатель Фонда технического содействия странам СНГ Махмуд Эльсаид, представитель социального Фонда развития Омар Амин, второй секретарь Министерства экономики Абдесатар Эльсави, представитель отдела по странам СНГ МИД Египта Раня Эльбанна, представитель Нацбанка Египта Шериф Хессейн, посол Египта в Украине Хуссейн Шалаш.

Состав делегации и характер проведенных в Минске переговоров и встреч явно свидетельствовали об ознакомительной цели визита, импорта керамических изделий, ковров и печатной продукции.

На встречах с заместителем министра иностранных



основной задачей которого было обсуждение перспектив двустороннего торгово-экономического сотрудничества.

Согласно данным МВЭС товарооборот Беларуси с Египтом сегодня является наиболее прогрессирующим в сравнении с другими странами афро-азиатского региона. В прошлом году на Египет приходилась четвертая часть всего экспорта Беларуси в страны Азии и Африки. Товарооборот между Беларусью и Египтом сложился в объеме $74709,5 тыс. с активным торговым сальдо $72640,8 тыс. За последние три года объем внешней торговли с Египтом увеличился в шесть раз, что позволяет говорить об этой стране как о достаточно интересном торговом партнере.

Вместе с тем львиную долю белорусского экспорта -- $37824,2 тыс.-- составляет продукция Белорусского металлургического завода. По мнению экспертов, результатом успешной работы завода на египетском рынке стали долгосрочное сотрудничество с фирмой «EZZ Group», отлаженная схема поставок и взаиморасчетов, а также контракты на оказание технической помощи по освоению мощностей металлургических заводов в Египте.

В структуре белорусского экспорта в 1996 году, кроме изделий из черных металлов, значились также полиэфирные волокна, два самосвала, несколько танков и бронемашин, один вертолет, который был продан за $1,8 млн., а также продукция станкостроения. Из Египта завозились оптические приборы и аппараты, фармацевтические продукты, поделочные материалы растительного и минерального происхождения, фрукты, овощи, орехи. Совсем незначительными были объемы дел Египта обсуждались возможности увеличения поставок продукции машиностроения, химической, деревообрабатывающей промышленности, в частности, тракторов, дорожно-строительной техники, грузовых автомобилей, шин, моторов, оптики. Среди перспективных областей сотрудничества назывались жилищное и капитальное строительство, нефте- и газоразведка и добыча, туризм, производство и переработка сельскохозяйственной продукции. Не исключено, что во время встреч обсуждались вопросы двустороннего военно-технического сотрудничества.

Вместе с тем дальнейшие контакты Минск и Каир планируют продолжить на уровне экспертов для создания необходимой договорно-правовой базы. Уже подготовлены к подписанию два документа -- соглашения об экономическом и научно-техническом сотрудничестве и о взаимной защите инвестиций. С 1995 года стороны обменялись проектами межправительственного соглашения о торговом сотрудничестве, но этот документ до сих пор не согласован.

По мнению г-на Эльшазли, главная проблема, которую две страны должны решить в целях развития деловых контактов, -- это предоставление достаточной информации о возможностях и потребностях друг друга. Важная роль в этом отводится проведению выставок и обмену делегациями деловых кругов.

Основным свидетельством политической и экономической заинтересованности Беларуси в присутствии в этой североафриканской стране станет, судя по всему, открытие посольства Республики Беларусь в Каире. Как известно, в Минске посольства АРЕ нет и, похоже, его открытие не планируется.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

КРЕДИТЫ — ВЕСНОЙ, РАСПЛАТА — ОСЕНЬЮ ИЛИ НИКОГДА

Светлана КАРПЕКОВА

Наступление весны в этом году сопровождалось грозным предупреждением президента о том, что он в последний раз помогает сельскому хозяйству страны проводить посевные и уборочные кампании. Одна из самых убыточных отраслей народного хозяйства в последние годы никак не может выбраться из кризиса, поглощая все новые и новые государственные дотации и кредиты, возвращать которые не особенно стремится.

Впрочем, упрекать хозяйства в злостном уклонении от кредитных возвратов было бы несправедливо, поскольку отсутствие последовательной и конструктивной государственной политики в агропромышленном секторе не позволяет им эффективно развиваться и стать финансово-состоятельными. А стремление руководства Беларуси провести реформирование сельскохозяйственной отрасли больше напоминает желание съесть омлет, не разбив яиц.

Очередная посевная кампания обозначила все те же застаревшие и не разрешенные до сих пор проблемы: финансов, техники, горюче-смазочных материалов, удобрений. Подробнее прокомментировать сложившуюся накануне посевной ситуацию «БДГ» попросила заместителя министра сельского хозяйства и продовольствия Ивана Шаколо.

-- Насколько хозяйства страны готовы к проведению посевных работ?

-- Беларусь обеспечила себя семенами, причем качество семенного материала выше, чем в прошлом году. Лучше мы обеспечены и минеральными удобрениями, хотя эта проблема решается сегодня очень сложно: удобрений, конечно, недостаточно, обеспеченность ими хозяйств пока невысока. В частности, по азоту -- 34% от потребности, по фосфору -- 35%, по калию -- 42%. В прошлом году эти показатели были ниже.

Следует отметить, что к успешному проведению посевной нас обязывает и государственное задание, которое мы должны выполнить: на 5% надо увеличить производство растениеводческой продукции, в том числе на 10% -- зерна и на 25% -- кормов. Других резервов, кроме внесения дополнительного количества минеральных удобрений, у нас практически нет. Есть некоторое технологические моменты, но удобрения пока -- самый главный фактор увеличения производства продукции. Поэтому принимаются меры для их изыскания. На поставку удобрений для нужд сельского хозяйства работают сейчас все производящие их белорусские предприятия -- в Гродно, Гомеле и Солигорске. Фосфором и калием мы себя обеспечим, а около 120 тысяч тонн азота придется завезти из-за пределов страны. Этой проблемой занимаются «Белсельхозхимия» и «Белагроинторг».

-- Есть ли финансовое обеспечение под эти поставки?

-- Для поставкок удобрений с предприятий страны 40% средств выделяется из бюджета областей, 40% -- из республиканского внебюджетного фонда, 20% стоимости удобрений оплачивают колхозы и совхозы. Из-за пределов Беларуси удобрения будут поставляться как товарный кредит с отсрочкой платежа примерно на 6 - 8 месяцев, т.е. рассчитываться будем после уборки нового урожая. Где деньгами, где какой-то продукцией. Сейчас облсельхозпроды заключают договоры с колхозами и совхозами.



Весна! Крестьянин торжествует

-- Но смогут ли оплатить хозяйства даже эти 20% стоимости удобрений?

-- У некоторых хозяйств есть проблемы, но тем не менее средства изыскиваются. Из республиканского бюджета мы уже проплатили на сегодняшний день BLR 217 млрд., из областных бюджетов -- BLR 135 млрд. Колхозы и совхозы проплатили BLR 82 млрд. Существует указ президента, который обязывает и Национальный банк, и другие банки выделить необходимые средства для проведения весенне-полевых работ. Практически BLR 3,3 трлн. выделяются в качестве аванса под продукцию, которая определена госзаказом (зерно, сахарная свекла, льнопродукция, плоды и овощи). Деньги эти сейчас начинают поступать в колхозы и совхозы. Кроме этого, открывается кредитная линия в АКБ «Беларусбанк» (это BLR 2 трлн.) для дополнительного приобретения минеральных удобрений, горюче-смазочных материалов, средств защиты растений. BLR 250 млрд. выделяется также нашим ремонтным предприятиям для завершения ремонта техники, BLR 550 млрд. -- в форме товарного кредита из внебюджетного фонда для приобретения горюче-смазочных материалов.

-- Какова ситуация с обеспечением хозяйств горюче-смазочными материалами, в каком состоянии технический парк?

-- Ситуация непростая, но, думаю, что принятые меры позволят нам с ней справиться. Во-первых, выделены деньги. Во-вторых, 50% стоимости ГСМ хозяйства оплатят, а 50% государство поставит им в качестве товарного кредита. В целом с учетом запасов райагропромснабов по дизельному топливу хозяйства обеспечены пока на 7% от потребности, по бензину -- на 8%.

Что касается техники, то обеспеченность ею у нас в общем-то неплохая, но главная проблема в том, что техника эта устаревшая. Есть хозяйства, где 20 - 30% техники работает сверх сроков амортизации. Ее следовало бы уже списать, однако на приобретение новой нет средств. Поэтому восстанавливаем, ремонтируем. В целом готовность машинотракторного парка составляет от 75 до 85%.

-- За прошлый год в Беларуси значительно увеличилось количество убыточных хозяйств. Это обстоятельство не может не сказываться в том числе и на проведении посевных работ, поскольку предполагает дополнительные затраты на такие хозяйства, не говоря уже о постоянном государственном дотировании.

-- Это очень сложная проблема. В прошлом год у нас оказались убыточными более 400 хозяйств (около 16% от общего количества -- *прим.редакции*). Да и рентабельность в среднем достаточно низка -- порядка 8%. Чтобы решать эти проблемы не эпизодически, мы в этом году разрабатываем экономические механизмы государственной поддержки села. Там будут учтены многие вопросы, в том числе и условия производства, которые сегодня, например, в Витебской и Брестской областях несравнимы. И хотя закупочные цены практически одинаковые, себестоимость продукции получается разная.

Что касается закупочных цен, то это -- еще одно обстоятельство, которое не позволяет многим хозяйствам работать эффективно. Сегодня закупочные цены, особенно на животноводческую продукцию, покрывают только 60% затрат на ее производство. Но вряд ли в ближайшее время мы выйдем на закупочные цены, которые полностью компенсируют затраты. Сначала мы должны использовать имеющиеся резервы в плане снижения себестоимости, использования новых технологий, подготовки высококвалифицированных специалистов. Поэтому сегодня нельзя сказать однозначно, что только повышением закупочных цен можно решить экономические проблемы села.

Мы сейчас ждем утверждения закона об адаптации сельского хозяйства к рыночным условиям, в котором будет законодательно определено существование различных форм собственности в сельском хозяйстве -- кооперативов, акционерных обществ, арендных предприятий. Все они получат законодательную базу, и это даст возможность, скажем, тот же кредит брать под залог какой-то своей продукции и гарантировать его возврат. Ведь сейчас кредитозаемщики не считают для себя обязательным возвращать этот кредит, что нарушает кредитно-финансовую систему в целом. Поэтому самый главный вопрос -- о собственности. Я думаю, что с принятием этого закона темпы реформирования ускорятся. Нужен также и закон о банкротстве. Кроме того, у нас уже есть список хозяйств, которые в этом году будут подвергнуты санации, включающей в себя целый комплекс мер, в том числе и обязательную реструктуризацию.

НОВОСТИ

ПРАЗДНИКУ — БЫТЬ!

День Конституции, несмотря на политическую подоплеку этого мероприятия, все же будет официально отмечен именно 15 марта.

Как сообщил глава пресс-службы президента Валерий Толкачев, по этому случаю планируется проведение ряда мероприятий с участием белорусского президента и правительства республики. Так, Александр Лукашенко выступит с обращением к гражданам страны, в котором выскажет свое отношение к Основному закону и проводимой в республике конституционной реформе. В областных и районных центрах накануне Дня Конституции пройдут торжественные собрания.

В Минске, по словам Валерия Толкачева, 14 марта также состоится городское собрание, в котором примут участие представители трудовых коллективов, члены правительства и Администрации президента. Примет ли в нем участие сам Александр Лукашенко, пока не известно. Валерий Толкачев подчеркнул важность предстоящего праздника, поскольку *«одним из основных авторов принятой в ноябре Конституции является сам президент»*. Тем не менее, по словам пресс-секретаря, поскольку *«государство находится на стадии построения демократического правового общества»* и перехода к президентской республике, изменения в ныне действующей Конституции вполне возможны, особенно в том, что касается статей и положений о взаимодействии ветвей власти.

И все же вопрос об участии Александра Лукашенко в мероприятиях по поводу Дня Конституции, судя по всему, был решен в последний момент. По крайней мере, рабочий график президента на нынешнюю неделю, подготовленный все в той же пресс-службе, никаких упоминаний о возможности участия главы государства в празднованиях не содержал.

«НАРОДНЫЕ ГУЛЯНИЯ» ПО ЗАКОУЛКАМ

На прошедшем 11 марта совместном заседании руководства Минска с представителями оргкомитета по празднованию третьей годовщины принятия Конституции Республики Беларусь понимания найдено не было.

Городские власти категорически запретили проведение 15 марта шествия по проспекту Скорины от площади Якуба Коласа до площади Независимости. Впрочем, это не означает, что наложено табу на желание отметить День Конституции «народными гуляниями». Участникам предполагаемого шествия предложено пройти от площади Якуба Коласа до площади у Дворца спорта, где намечено проведение митинга, любыми столичными улицами, кроме главного проспекта.

СМЕЛОЕ, НО ПЛОХО ОБДУМАННОЕ РЕШЕНИЕ

***«Шествие и митинг 15 марта состоятся в любом случае»,* -- заявил агентству БелаПАН председатель Белорусской социал-демократической партии (Народная Громада) Николай Статкевич.**

В частности, Народной Громадой рассматривается следующий вариант проведения акции: сбор участников празднования 15 марта, в 11.00, на площади Якуба Коласа; шествие по проспекту Ф.Скорины (но не по тротуарам) к ГУМу; поворот на проспект Машерова и проведение митинга около Дворца спорта.

Однако перед самым началом акции, в 10.40, у памятника Якубу Коласу на одноименной площади Народная Громада собирается провести аккредитацию всех тележурналистов -- только владельцы аккредитационных карточек смогут снимать шествие и митинг.

Такое решение партия приняла для защиты прав участников акции, поскольку, как заявил БелаПАН Николай Статкевич, в последнее время неизвестные в гражданском производили съемку во время акций протеста, используя затем ее фрагменты в судах против участников. Между тем, заявил лидер Народной Громады, подобное запрещено действующим в республике законодательством. Тем же операторам, у кого аккредитационных карточек не окажется, снимать акцию не будет позволено.

НОВЫЕ СТАРЫЕ ЛИЦА

На очередном заседании Конституционного суда избран заместитель председателя Конституционного суда Республики Беларусь. Им стал 43-летний Александр Марыскин, назначенный на должность судьи Конституционного суда указом президента Республики Беларусь от 23 января 1997 года.

Решение об избрании Александра Марыскина на должность заместителя председателя Конституционного суда было единодушным.

Отдел информации «БДГ»

Александр Владимирович Марыскин родился в 1954 году в г.Барановичи Брестской области, белорус. В 1979 году окончил юридический факультет, а в 1982 году -- аспирантуру на кафедре теории и истории государства и права юридического факультета Белорусского государственного университета. В 1985 году защитил кандидатскую диссертацию по теории и истории государства и права, истории политических и правовых учений. С 1982 по 1991 годы работал преподавателем, старшим преподавателем, доцентом факультета правоведения Гродненского государственного университета, заведующим кафедрой государственного права Белорусского института правоведения.

С 1991 по 1997 годы Александр Марыскин -- на службе в государственном аппарате. Занимал должности старшего референта, заведующего сектором Секретариата Верховного Совета, начальника главного управления правового обеспечения Администрации президента Республики Беларусь. Автор более 60 научных работ. Принимал участие в разработке многих законопроектов и проектов нормативных актов. Был членом рабочей группы по подготовке проекта новой редакции Конституции Республики Беларусь.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

МЕЧЕСЛАВ ГРИБ: «КОНСТИТУЦИОННЫЙ КРИЗИС ПРОДОЛЖАЕТСЯ»

Ольга ТОМАШЕВСКАЯ

15 марта исполняется три года со дня принятия первой Конституции независимой Беларуси. Фактически этот Основной закон уже не действует. В результате референдума и последовавших за ним действий президентской команды Беларусь получила новую Конституцию, имеющую очень мало общего с прежним Основным законом.

В 1994 году Конституцию подписал Мечеслав Гриб, в то время -- спикер парламента 12-го созыва. Сегодня Мечислав Иванович отвечает на вопросы «БДГ».

-- Идея написания новой белорусской Конституции возникла в самом начале 90-х годов. Когда наша страна приняла декларацию о суверенитете и нашим проектом были ознакомлены представители всех государств СНГ. Кстати, наш проект был принят за основу при разработке Конституции в



независимости и объявила приоритетное право белорусских законов перед законами бывшего СССР, появилась острая необходимость в разработке нового Основного закона: Конституция БССР 1978 года не вписывалась в рамки суверенитета и независимости. К 1994 году в Основной закон БССР было внесено такое количество правок, что с ним просто невозможно было нормально работать.

Для разработки Конституции была создана комиссия Верховного Совета, в которую вошли около 90 депутатов, в том числе и нынешний президент Александр Лукашенко. В составе комиссии действовали две рабочие группы: официальная и альтернативная. Официальную возглавил зам. председателя парламента Василий Шолодонов, альтернативную -- Виктор Гончар. Независимо друг от друга эти группы разработали два проекта Конституции, потом объединили свои усилия и на основе двух проектов создали один.

Готовый проект Основного закона трижды публиковался в республиканских газетах и был открыт для обсуждения. Поэтому все уверения президента и его сподвижников о том, что Основной закон был принят тайно, за закрытыми дверями, не имеют под собой никаких оснований. Во время обсуждения проекта мы получили более полутора тысяч замечаний и предложений граждан по тексту отдельных статей и частей Конституции, и даже целые проекты Основного закона. С некоторых странах бывшего СССР. Кроме того, он получил положительную оценку многих ученых западных стран -- Польши, Германии, США, Австрии.

-- Получил ли проект Конституции 1994 года какие-либо критические оценки?

-- Конечно, как и любой юридический акт, Основной закон 1994 года несовершенен. Конституция нуждалась в совершенствовании, но в законном порядке. Мы не раз выступали с парламентской трибуны по вопросам внесения изменений в Конституцию, однако ни одно наше замечание не было учтено в президентском варианте Основного закона. В частности, мы предлагали расширить полномочия Генерального прокурора с тем, чтобы он мог осуществлять надзор за исполнением закона на высшем уровне -- президентом, парламентом, Кабинетом Министров. Тем не менее теперь, как и ранее, контроль Прокуратуры начинается от министерства и ниже, а надзор за выполнением законодательства высшими структурами не осуществляет никто. Кроме того, мы предлагали исключить из бюджетной части Конституции возможность создания внебюджетных фондов, предлагали пересмотреть вопрос о местном самоуправлении с тем, чтобы руководство местных органов не назначалось, а избиралось. Ни одно из этих предложений не было учтено.

Я считаю, что одной из наиболее серьезных ошибок был чересчур узкие полномочия Кабинета Министров. Мы предполагали, что наделенный властью президент станет главой исполнительной власти. Ошибка заключалась в том, что мы не совместили этот пост с постом премьер-министра. Но и этот вопрос возможно было доработать в рамках правового поля. По Конституции 1996 года права правительства вроде бы расширяются, однако фактически оно остается зависимым от президента.

-- Президентская сторона настаивает на том, что конституционный процесс не прерывался и Конституция 1996 года -- просто измененный Основной закон 1994 года.

-- Это не так. Так называемые изменения и дополнения привели к изменению конституционного строя, нарушили существовавший до референдума баланс законодательной, исполнительной и судебной властей. Теперь такого баланса не существует. Президент оказался как бы над властью.

Сегодня единственным легитимным Основным законом является Конституция 1994 года. Это признают все более или менее подготовленные и сознательные люди нашей страны. Это признает мировое сообщество, за исключением руководства России. Несмотря на это, президент насильственными мерами внедряет Конституцию 1996 года. Она нелегитимна, поскольку в ходе проведения референдума было допущено огромное количество нарушений законодательства. Эти нарушения известны: в состав избирательных комиссий вошли лишь представители «вертикали»; средства массовой информации (в первую очередь электронные) были монополизированы; был насильно отстранен от должности председатель Центризбиркома; две недели проводилось предварительное голосование; допущены прямые фальсификации с изданием лишних бюллетеней.

По сути дела, сегодня существуют две Конституции: одна -- де-юре, а вторая -- де-факто. Они входят в серьезное противоречие друг с другом. Поэтому можно говорить о том, что сегодня в стране налицо конституционный кризис.

-- Считаете ли Вы возможным создание некоего консультативного конституционного совета, который внес бы изменения в Основной закон 1994 года?

-- Для разрешения конфликтной ситуации я вижу такой вариант: президенту следует вернуться к Конституции 1994 года, с участием парламента ВС 13-го созыва создать новую конституционную комиссию и приступить к внесению изменений и дополнений в Основной закон. И только после этого, когда будут внесены и согласованы изменения и дополнения, объявить новые выборы -- и Верховного Совета, и президента. Перевыборы на основании президентской Конституции ни к чему не приведут. Международное сообщество не признает их результаты, поскольку они будут базироваться на нелегитимном Основном законе.

ГЕОПОЛИТИКА

КТО ВЫИГРАЛ В «ХОЛОДНОЙ ВОЙНЕ»?

Жорес А. МЕДВЕДЕВ

Существует распространенное мнение о том, что в «холодной войне» между коммунизмом и капитализмом победил демократический западный капитализм, который получает теперь «дивиденды мира» за счет сокращения военных расходов и окончания обременительной глобальной конфронтации. Однако окончание «холодной войны» обмануло надежды не только востока, но и запада. Ведь никаких «дивидендов мира» просто не было.

В общем геополитическом соревновании от поражения СССР и победы западного капитализма экономически, политически и стратегически выиграла «третья сила» -- мусульманский мир, протянувшийся с запада на восток от Мороккo и Алжира до Индонезии и Пакистана. От развалившихся СЭВ и СССР запад в итоге получил в свою «сферу влияния» -- Восточную Европу, Балканы и Прибалтику, которые не имеют серьезных ресурсов и высокотехнологических производств. В то же время мусульманский мир пополнился богатыми нефтью, природным газом, углем, ураном и другими ресурсами четырьмя республиками Средней Азии, а также Казахстаном, Азербайджаном, Ичкерией-Чечней и Абхазией. Лишь Боснию и Албанию среди вновь появившихся на карте мира мусульманских стран можно отнести к категории «очень бедных». Но они-то как раз стали иждивенцами не восточной, а западной экономики.

СТРАТЕГИЯ «ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ»

Руководство СССР еще в конце сороковых годов определило, что главная слабость Западной Европы состоит в отсутствии у нее важнейших сырьевых ресурсов, прежде всего нефти и цветных металлов. Без них ни промышленность, ни военная машина стран, входивших в НАТО, не могли эффективно функционировать. Это обусловило приоритеты советской внешней политики: поддержку «народно-освободительных» движений (в тех, тогда еще колониальных странах Африки, из которых поступали в Европу и в США цветные металлы и уран), всех левых, националистических и революционных сил в богатых нефтью мусульманских странах. В то же время все арабские и не арабские страны Ближнего Востока и Северной Африки были еще прозападными монархиями с королями, шахами, султанами и эмирами, либо колониями. Их нефтяные богатства беспрепятственно эксплуатировались западными компаниями.

Соединенные Штаты, являясь безусловным лидером западного «свободного» мира, приняли другую стратегию «холодной войны». Они установили строгие запреты на экспорт в СССР современного оборудования и технологий и сделали приоритетом своей внешней политики тактику «сдерживания» советской экспансии. Торговые бойкоты были рассчитаны на обеспечение технологического превосходства США и Западной Европы, тогда как тактика «сдерживания» предполагала использование американской военной мощи во всех частях света, где развивавшийся по той или иной причине конфликт мог привести к победе коммунистического или прокоммунистического режима. У каждой стороны этого соревнования были и свои победы, и свои поражения. Однако в общем балансе «холодной войны» в течение первых десятилетий Советский Союз продвигался к своей цели быстрее, чем США. Число стран, которые можно было бы классифицировать как «коммунистические» или «социалистические», постоянно росло. Почти половина всех арабских стран, свергнув монархии, оказались в советской «сфере влияния». Советское присутствие стало достаточно прочным в Центральной Америке (Куба и Никарагуа). Это же относилось и к странам Африки и Дальнего Востока, хотя некоторые из них предпочли «китайскую модель».

Американская стратегия к началу восьмидесятых годов стала более эффективной: после завершения новой технологической революции и перехода западной экономики в так называемую «постиндустриальную стадию». Согласно политэкономии марксизма в соревновании двух систем должна была победить та, которая обеспечивала более высокую производительность труда. Ни Советский Союз, ни его сателлиты не смогли преодолеть возникшего технологического барьера. Начало падения советской «внешней» империи можно, очевидно, отсчитывать с поражения в Афганистане, безусловно связанного с американской военной и финансовой помощью маджахедам. К концу 1989 г., когда рухнула Берлинская стена, «холодная война» могла считаться оконченной. Но быстрый распад самого СССР явно не планировался американскими стратегами, которые мгновенно лишились необходимой и для них «советской военной угрозы». Внезапное исчезновение основного противника вызвало временный шок в политике и относительно легкую депрессию в экономике США. Но даже такой депрессии оказалось достаточно для того, чтобы президент Буш, главный герой победы в «холодной войне» и в недавней «горячей» войне с Ираком, неожиданно проиграл выборы на второй срок мало известному губернатору Клинтону.

НАТО В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

Ошибочно утверждение о том, что в современном мире осталась лишь одна супердержава -- США. Супердержав в прежнем понимании уже нет. У США было достаточно сил, чтобы с помощью НАТО защищать свою, «западную» половину. Теперь осуществлять полицейские функции и экономическое влияние в глобальном масштабе Соединенные Штаты оказались не в состоянии. Военная машина США, основанная на ракетно-ядерном потенциале устрашения, в новых условиях потеряла значительную часть своей целесообразности. Слабость США и их союзников по НАТО отчетливо проявилась в Сомали, в Либерии и в других локальных конфликтах, где они не смогли оказать никакого влияния на ход событий. НАТО потребовались три года, чтобы остановить кровопролитие в Боснии. При этом главная цель -- сохранение единства Боснии, не была достигнута. Отсутствие главной угрозы -- коммунизма не дает правительству США возможности свободно распоряжаться военным и экономическим потенциалом страны для внешнеполитических целей. Именно это намерение США уменьшить степень своего доминирования в НАТО рождает планы расширения этой организации на Восток. Этим путем США хотят произвести «европеизацию» НАТО, переложив на страны Европы ответственность за те конфликты, которые не угрожают безопасности самих Соединенных Штатов.

Расширение НАТО на Восток является идеей, которая родилась в тех политических и стратегических институтах Запада, которые изучают изменения внешнеполитической обстановки и возможные угрозы для западной экономики. Среди таких угроз основное внимание обращается на две -- реальную и потенциальную. Реальной является очевидное усиление мусульманского мира и особенно исламского фундаментализма, создающего угрозу интересам Центральной и Западной Европы (нефть) и интересам США (Израиль). Потенциальной угрозой считается возможность консолидации политики стран православного христианства (Россия, Беларусь, Украина, Болгария, Румыния, Сербия и Греция). Если победа мусульманских партий на демократических выборах в Турции приведет к выходу этой страны из НАТО, это может привести к обострению греческо-турецкого конфликта (особенно вокруг проблемы Кипра и других островов) и к отказу НАТО защищать интересы Греции военными средствами. По теориям, которые родились в Гарвардских центрах стратегических исследований, НАТО может в конечном итоге обойтись без Греции и Турции, ограничившись участием в этой организации только стран с «западно-христианскими» основами. Религиозная часть этой концепции служит, безусловно, лишь прикрытием экономических интересов. Греция является самым бедным членом Европейского сообщества и получает большие дотации от остальных стран ЕС. С другой стороны, еще более бедная Турция требует подкрепления своего участия в НАТО приемом в Европейское сообщество -- привилегию, которая была предоставлена Греции и Испании. Если расширение НАТО на Восток все же не осуществится, то это произойдет не из-за протестов России, а благодаря праву вето, которое имеется у Турции и у Греции. Ведь обе эти страны понимают, что новые члены НАТО сделают их собственное участие в этой организации менее значимым.

УСИЛЕНИЕ ИСЛАМА

Религию в СССР заменяла коммунистическая идеология. Во время Отечественной войны прекратилось активное преследование только православной русской церкви, но не мусульманского вероисповедания. Это жестокое преследование ислама привело к тому, что ислам сыграл большую роль в умалении национализма у мусульманских народов, нежели православное христианство в усилении русского или украинского национализма. Нужно также помнить и о том, что границы Российской империи, унаследованные СССР, искусственно делили именно окраинные народы. Миллионы узбеков, таджиков, туркменов жили в Афганистане и в Иране. В Северном Иране и в Турции жило в два раза больше азербайджанцев, чем в советском Азербайджане. В Турции жило больше чеченцев, чем в Чечне, и больше абхазов, чем в Абхазии.

Государственная независимость бывших мусульманских республик СССР усиливает в основном Турцию и Иран, но косвенно это усиление распространяется на арабский мир и соответственно на арабо-израильский конфликт, который является одним из наиболее острых и длительных конфликтов в послевоенной истории. Хотя СССР и США поддерживали в этом конфликте противоположные стороны, СССР в период своей «супердержавности» мог оказывать на своих «клиентов» (прежде всего на Сирию и палестинские организации) сдерживающее влияние. Исчезновение СССР привело к ослаблению позиций Израиля в его противостоянии с палестинцами. Именно поэтому Израиль в последние два - три года начал осуществлять серьезные территориальные и политические уступки и соглашаться на создание палестинской автономии. Все понимают, что эта автономия неизбежно трансформируется в палестинское государство.

Усиление исламского фундаментализма в Египте, Алжире, Пакистане, Турции (в условиях легальных выборов), в Ливане и Афганистане (в условиях военных конфликтов) и в других странах (в форме подпольных организаций) создает опасность не только для Израиля, но и для тех анахронических абсолютных монархий, которые еще сохраняются в богатых нефтью районах (Саудовская Аравия, Кувейт, Эмираты, Бруней). Обсуждая приоритеты США на ближайшие годы, бывший Государственный секретарь США Генри Киссинджер, формировавший в 1960-е и в 1970-е годы существующее «равновесие», отметил, что ...*«если США не сумеют изменить основные направления развития на Ближнем Востоке, то лучше подготовиться к неизбежному взрыву»* (Ньюсвик, 27 января 1997 г.). Такой «взрыв» может иметь катастрофические последствия для европейской экономики и для престижа США.

НЕОЖИДАННОСТИ ДЛЯ ГЕРМАНИИ

В Европе в наиболее трудном положении через несколько лет после окончания «холодной войны» оказалась Германия, несмотря на то, что именно эта страна получила максимальную историческую выгоду -- воссоединение ФРГ и ГДР в единое государство. Тем не менее именно с момента этого воссоединения начался спад производства и рост безработицы. В 1990 г. безработица составила 6,7%, в 1993 г. -- 8,7%, к концу января 1997 года достигла 12,2%. Число безработных, превысившее в настоящее время 4,5 млн.человек, является рекордным с периода «великой депрессии» 1929-1933 годов. В течение последних пяти лет в Германии все время снижалось число регистрируемых патентов на изобретения в областях высоких технологий, что указывало на серьезный структурный характер текущего кризиса. Ведь в США и Японии, несмотря на проблемы в экономике, число изобретений не уменьшалось.



Восточная граница Западной цивилизации по представлениям американских политиков

В западной прессе германский экономический кризис связывают прежде всего с тем, что здесь социальные расходы были выше, чем в любой другой западной стране. Германия также имела самую дорогую в мире рабочую силу. В расчете на час немецкий рабочий получал в два раза больше, чем британский или канадский. Такое объяснение верно, если анализировать ситуацию «в целом». Конкретные причины были другими.

Чтобы получить исключительно важную для христианских демократов поддержку восточных немцев на парламентских выборах в декабре 1990 г., канцлер Коль, отвергнув возражения Бундесбанка, решил производить обмен восточных марок на дойчмарки в соотношении 1:1, хотя реальная покупательная способность марок ГДР была в 5-6 раз ниже. Эта мера, введенная 1 июля 1990 г., сразу выравнивала уровень зарплат и пенсий в Восточной и Западной Германии. Однако она также немедленно сделала цену менее квалифицированной рабочей силы в Восточной Германии столь же дорогой, как и в Западной. В результате этого западногерманским фирмам и компаниям стало невыгодно «поглощать» и реконструировать восточногерманскую промышленность. Кроме разорительного для ФРГ «денежного союза» (он обошелся Бундесбанку примерно в DEM 100 млрд.), правительство Коля быстро ввело в новых восточных землях все технические стандарты Европейского сообщества, которым промышленность ГДР, вполне современная по стандартам СЭВ, явно не соответствовала. Это привело к закрытию множества вполне жизнеспособных предприятий, а также всех восьми атомных электростанций, построенных Минатомом СССР. Безработица на территории бывшей ГДР в 1991-1992 годах достигла в некоторых районах 25-30%, но отсутствие границ вело, естественно, к миграции безработных на запад, где они вытесняли «западных» немцев с низкооплачиваемых работ. Депрессия, искусственно вызванная на востоке, чтобы разрушить госсобственность и создавать конкуренцию частным западным компаниям, постепенно распространилась на всю страну. В то же время слишком высокая цена рабочей силы в восточных землях мешала инвестициям. Национальный долг и бюджетный дефицит значительно возросли, и Германия вошла в стадию устойчивой депрессии. Именно поэтому Германия стала главным спонсором единой европейской валюты, рассчитывая, что это поможет ей снизить себестоимость производства, оживит торговлю и приведет к миграции немецких рабочих в другие части Европы.

РОССИЯ В НОВОМ МИРЕ

Россия в значительно большей степени, чем другие союзные республики, является не новым государством, а «бывшим СССР» из-за своих размеров и отсутствия необходимости перехода на новый государственный язык. В каждой из бывших республик СССР наблюдалась сложная комбинация деструктивных и конструктивных процессов. В России, однако, преобладали именно деструктивные, но из-за своих размеров Россия в меньшей степени, чем другие члены СНГ, пострадала от разрушения общей экономической и финансовой инфраструктуры.

В 1992 г., когда Россия начала быстро вводить рыночные экономические реформы, среди западных экономистов преобладали оптимистические прогнозы и даже ожидания «российского экономического чуда». Они основывались на том простом факте, что Россия намного лучше, чем любая другая развитая страна мира, обеспечена собственными ресурсами энергии и различных металлов. Имея население, составлявшее всего 2,5% от общего населения планеты, Россия производила в 1993 г. 27% мирового производства природного газа, 23% мирового производства никеля, 15% мирового производства алюминия, 11% всей мировой нефти, 10% всей меди и 8% мировой выплавки стали. Расчеты показывали, что инвестиции доходов от внешней торговли в реконструкцию промышленности могли обеспечить быстрое развитие всей экономической системы страны. Но этого не произошло. Россия стала экспортировать на Запад не только свои ресурсы, но и получаемый от их продажи капитал. Только в 1992-1994 гг. экспорт капитала из России по западным данным составил $45 млрд. Приватизация многих ресурсных отраслей привела к их дешевой распродаже по крайне низким ценам. Акции западных нефтяных компаний, например, британских, продают-ся обычно из расчета $5,5 за баррель уже разведанных нефтяных запасов. Акции российских нефтяных компаний в 1995 г. шли по 10 центов за баррель в разведанных месторождениях, то есть в 55 раз дешевле. Еще дешевле продавались алюминиевые, никелевые и другие ресурсы. При таком расхищении природных богатств, которое пока продолжается, обсуждать будущее России без «холодной войны» пока преждевременно.

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

«НОВОКОМ» СТАНЕТ ХОЛДИНГОМ

Игорь ВОРОБЬЕВ

10 марта состоялось итоговое собрание акционеров АКБ «Новоком». За прошлый год состав правления банка дважды изменялся по причине того, что руководство не проходило аттестации в Нацбанке. Единственным участником и первого, и второго составов правления банка оказался Сергей Костерев. Именно к нему и обратилась «БДГ» с просьбой рассказать о результатах работы АКБ «Новоком» в 1996 году:

-- Мое назначение на должность председателя правления банка я оцениваю как попытку сохранения акционерами банка определенной преемственности, как дань традициям, сложившимся в этом банке.

На собрании акционеров был заслушан отчет правления АКБ «Новоком». В основном были приведены цифры, отражающие результаты работы банка за год. Однако некоторые итоги выразились не только в цифрах, но и в определенных практических наработках. В частности, в прошлом году мы впервые смогли предоставлять все услуги в рамках генеральной лицензии. В 1996 году был открыт первый филиал АКБ «Новоком» в Борисове. В ближайшее время планируется присоединение в качестве филиала еще одного банка. Сегодня я не хочу говорить о названии банка, но в общем-то определенные наработки уже есть, и в течение двух ближайших месяцев будут получены результаты. По состоянию на 24 июля 1996 года сформирован и доведен до ECU 2 млн. уставный фонд банка. В прошлом году банком получена прибыль в размере BLR 700 млн., что не так уж плохо, если принимать во внимание те условия, в которых нам пришлось работать. С прошлого года у руководства банка осталось много теоретических наработок, которые, я надеюсь, будут реализованы.

На собрании акционеров не был обойден вниманием и факт проверки АКБ «Новоком» Службой контроля президента. Проверка длилась с 15 августа и сегодня находится в стадии завершения. Об этом уже много говорилось, сделаны выводы.

На собрании акционеров совет директоров озвучил поручение руководству банка по подготовке перспективного плана развития АКБ «Новоком» на 1997 год. Попытаемся развиваться не только как банковская струкура -- планируется выйти на путь образования холдинга либо финансово-промышленной группы. Банк будет стараться выходить на другие, небанковские сферы экономики. На собрании акционеров это было обозначено совершенно четко, и все акционеры эту идею поддержали.

На банковском рынке мы ограничим долю кредитования. Сегодня в кредитном портфеле у нас нет как невозвратных ссуд, так и резервов, созданных под них. Это крайне положительный фактор, и об этом можно говорить как об определенном достижении. С августа прошлого года мы прекратили активное кредитование. Кредитный портфель был сокращен до BLR 6 млрд. На это мы пошли вполне осознанно, чтобы подчистить кредитный портфель и сделать его качественным. В основном работа банка в 1997 году будет строиться на рынке ценных бумаг как России, так и Беларуси, а также на валютном рынке. Треть своих активов мы держим именно в этих финансовых инструментах.

По результатам прошлого года у банка осталась единственная нерешенная проблема -- приватизационные чеки «Имущество». Дело в том, что у нас достаточно большой пакет этих чеков, и сегодня встал вопрос о том, куда их вкладывать. Работать с ними уже пора, так как почти два года они пролежали мертвым грузом.

Кроме того, на собрании акционеров обсуждался отчет о результатах работы аудита. Очень серьезно работает в банке ревизионная комиссия, сформированная составом акционеров. Несмотря на то, что результаты ее деятельности уже были подтверждены на собрании акционеров, она продолжает действовать. Существует даже решение собрания акционеров, предусматривающее, что внешний аудит и проверки ревизионной комиссией в банке будут проводиться ежеквартально. Так что указ президента N209 (направленный на ужесточение ответственности акционеров коммерческого банка) у нас выполняется на 100%. Несмотря на то, что банк сам по себе очень маленький, у руководства есть желание провести международный аудит за 1996 год. И скорее всего мы примем соответствующее решение. Во многом это будет зависеть от тех финансовых претензий, которые нам выскажут.

-- *Произошли ли в прошлом году изменения в составе акционеров банка?*

-- Некоторые внутренние перестановки, конечно же, есть. Они выразились в выходе некоторых акционеров и передаче части акций прочим акционерам. Однако кардинального влияния на решение собрания акционеров эти изменения не оказывают.

-- *Как будет решаться проблема доведения до норматива уставного фонда?*

-- Существует решение собрания акционеров о проведении восьмой эмиссии в сумме требований Национального банка. Мы всячески стремимся выполнять нормативы Нацбанка и выполним его требования в отношении уставного фонда.

Сегодня финансовое положение банка достаточно устойчивое. Полугодичная работа по оживлению рабочих активов принесла свои плоды. Сейчас у нас минимальное количество неработающих активов -- это материальные активы и чеки «Имущество».

СПРАВКА «БДГ»

АКБ «Новоком» учрежден 1 апреля 1994 года. Лицензия на осуществление банковской деятельности получена после перерегистрации 30 сентября 1996 года, генеральная лицензия -- 16 ноября 1995 года. Акционерами банка являются МКП «Старт», ЗАО «Вазсервис» и физические лица. На 1 января 1997 года активы банка составили BLR 62 млрд., собственный капитал -- BLR 33,668 млрд., уставный фонд -- BLR 32,405 млрд., чистая прибыль -- BLR 438 млн.

НОВОСТИ

СОШЛИСЬ НА ТОМ, ЧТО НАДО БЫ ДОГОВОРИТЬСЯ

Центральный банк Российской Федерации и Национальный банк Республики Беларусь углубляют сотрудничество в области валютно-экономического регулирования. 7 марта в Москве между НБ РБ и ЦБ РФ было подписано соглашение «О координации действий в области политики обменного курса национальных валют». С российской стороны соглашение подписал председатель Центробанка Сергей Дубинин, с белорусской -- председатель правления Национального банка Геннадий Алейников.

Текст этого соглашения в печати пока не опубликован, но некоторые его положения стали известны. В документе подчеркивается, что важнейшим условием расширения использования национальных валют обеих стран во взаимных расчетах и повышения к ним доверия является проведение ими согласованной курсовой политики, основанной на единых принципах. Стороны договорились, что установление официальных курсов национальных валют будет осуществляться исходя из спроса и предложения на иностранную валюту на межбанковском и биржевом рынках с учетом макроэкономической ситуации и объема государственных золотовалютных резервов.

Как говорится в соглашении, стороны обеспечат использование единого обменного курса на всех сегментах валютного рынка своих стран. Центральные банки России и Беларуси договорились также о в взаимном допуске на свои внутренние рынки (т.е. благодаря этому пункту соглашения белорусская сторона сможет участвовать в операциях на российской бирже). Кроме того, стороны договорились о создании условий для размещения части валютных резервов центральных банков обеих стран в «национальную валюту страны-партнера», в том числе для инвестирования в государственные ценные бумаги. Таким образом, белорусской стороне предоставляется возможность покупать государственные ценные бумаги России. Соответственно таким же правом наделяется и российская сторона.

Центральные банки России и Беларуси также договорились о ежемесячном обмене информацией, необходимой для анализа экономической и курсовой политики. Для согласования курсовой политики будут осуществляться взаимные консультации (не реже одного раза в квартал). Кроме этого, в соглашении предусматривается, что к 1 августа 1997 года будет сделано совместное заявление центробанков двух стран об установлении параметров согласованной курсовой политики.

ДЕНЬГИ НУЖНЫ?..

Акционерный сберегательный банк «Беларусбанк» продолжает работу по отбору инвестиционных проектов для финансирования из средств бельгийской кредитной линии, вступившей в силу 23 октября 1996 года.

Как известно, эта кредитная линия в размере 350 миллионов бельгийских франков (около $12 млн. предоставлено Беларуси по указу короля Бельгии Альберта II). Одним из условий финансирования проектов из ее средств является приобретение оборудования или услуг бельгийского происхождения.

Свободные ресурсы в рамках бельгийской кредитной линии составляют сегодня около 3 миллионов долларов США. В связи с этим, АСБ «Беларусбанк» приглашает к сотрудничеству белорусские предприятия и организации, имеющие инвестиционные проекты. Банк готов оказать помощь в подготовке бизнес-плана и в поиске поставщиков бельгийского оборудования.

ПОДРОБНОСТИ

БАНКОВСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПО-ПРЕЖНЕМУ БЕЗ ПРЕЗИДЕНТА

Игорь ВОРОБЬЕВ

Как уже сообщалось, состоялась 4-я ассамблея Ассоциации белорусских банков. Совет этой организации отчитался о проделанной за год работе. Вполне естественно, что в своих докладах банкиры не могли не уделить внимания общим проблемам банковского сектора Беларуси.

Заседание открыл директор «Белпромстройбанка» Николай Раков. Он в частности заявил: *«Банковское сообщество должно выработать решение о поддержке мероприятий по выполнению Программы экономических реформ до 2000 г. У ассоциации есть возможности стать влиятельным в республике объединением, приносящим реальную помощь государству»*.

В выступлениях банкиров и первого заместителя председателя правления Нацбанка Николая Корбута были сформулированы принципы взаимодействия и партнерства с главным банком страны при разработке банковского законодательства.

И.о. президента ассоциации профессор Михаил Ковалев дал анализ экономических условий, в которых работают банки, и наметил первоочередные мероприятия на год. В докладе было заявлено о поддержке усилий нового руководства Национального банка по стабилизации ситуации на денежных рынках. Михаил Ковалев считает, что колоссальные усилия, предпринятые Нацбанком для стабилизации валютного курса, не увенчаются успехом, если не будут направлены на ограничение некритического импорта, стимулирование возврата экспортной выручки, наведение жесткой финансовой дисциплины субъектов хозяйствования, противодействие долларизации свободных рублевых средств субъектов хозяйствования.

Рублевые финансы субъектов хозяйствования сегодня составляют менее 5% ВВП, что как минимум в пять раз меньше нормы. Парадокс, но безналичных денег у предприятий сегодня практически столько же, сколько наличных рублей у населения. Депрессивное состояние экономики (пятая часть предприятий убыточна), почти полная потеря предприятиями финансов, снижение рентабельности народного хозяйства (8% в декабре при средней стоимости кредитов в январе: рублевых -- 46%, валютных -- 19,6%), рост платежного кризиса (задолженность предприятий друг перед другом достигла практически половины годового ВВП), снижение доходности на финансовых рынках -- в таких условиях работала банковская система в прошлом году. Все эти факторы резко снизили рентабельность банковской системы. Прибыль за 1996 год по сравнению с предыдущим годом уменьшилась в два раза, за январь текущего года убытки банковской системы достигли BLR 96,6 млрд. Сумма лишь официально проблемных кредитов составила BLR 4,48 трлн., т.е. превысила 15% от всех кредитов, увеличившись за январь на BLR 0,8 трлн. На 1 февраля чистые иностранные активы Национального банка в СКВ составляли $10 млн., иностранные активы коммерческих банков только за январь сократились на $23,1 млн.

Ассамблея одобрила план основных мероприятий Ассоциации коммерческих банков Беларуси на 1997 год:

1. Обратить внимание исполнительного аппарата на необходимость формирования адекватного общественного мнения о роли и значении банковской системы в переходной экономике.

2. Совету ассоциации выработать единый взгляд на принципиальные вопросы строительства белорусской банковской системы (Банковский кодекс, проект закона «О банкротстве банков и страховых организаций», «О создании банка реконструкции и развития на основе одного из действующих банков», «О создании экспортно-импортного банка»).

3. Комитету по валютно-кредитной политике выработать согласованные с советом ассоциации предложения по готовящимся проектам закона «О валютном регулировании и валютном контроле», указов президента и постановлений Совета Министров «О концентрации золотовалютных резервов государства в Национальном банке», «Об установлении государственных гарантий сохранности и возвратности валютных вкладов физических лиц», «О переходе к политике единого плавающего обменного курса», «О сближении правил валютного регулирования в Беларуси и России», а также по механизму регулирования процентных ставок межбанковского рынка, дифференциации и снижения норм обязательных резервов.

4. Считать одним из важнейших направлений работы ассоциации в 1997 году участие в разработке и реализации государственной экономической политики.

Как известно, должность президента ассоциации после отставки Евгения Купчина по-прежнему остается вакантной. Среди реальных претендентов такие известные личности, как г.г. Заяш, Богданкевич, Внучко, Дик и Чигирь. Правда, по сведениям «БДГ», некоторые из них относятся к возможному назначению без воодушевления, а выдвижению других может воспрепятствовать руководство страны. Скорее всего, президентом станет компромиссная фигура.

НОВОСЕЛЬЕ В «МОСБИЗНЕСБАНКЕ»

С 10 марта Минский филиал «Мосбизнесбанка» будет работать по адресу: ул. Коммунистическая, 49. Тел. 228-63-01, 228-63-02, 234-24-18

ЛИТВА ПРОДАСТ ГОСУДАРСТВЕННЫЕ БАНКИ

Новый министр финансов Литвы Альгирдас Шемета в качестве стратегической назвал задачу уменьшения затрат государства на реструктуризацию государственных банков.

Первым из государственных банков Литвы уже в нынешнем году будет приватизирован «Государственно-коммерческий банк» (финансовое состояние которого министр определил как сложное). За ним -- в 1-й половине 1998 г. -- Сельхозбанк (более 90% акций которого владеет государство). Кстати, несмотря на грядущую приватизацию, Сельхозбанк предполагает выпустить дополнительную эмиссию акций, на которую Министерство финансов смотрит весьма благосклонно при условии, если в портфеле у государства останется не менее 70% акций.

Предложения зарубежным финансовым компаниям, инвестиционным и аудиторским фирмам, которые могут помочь в подготовке и проведении приватизации госбанков Литвы, уже разосланы. Во второй половине мая будет названа компания - победитель, а к середине августа литовское правительство заключит с ней соответствующий договор. Стратегическому инвестору (т.е. тому, кто сможет не только купить акции, но и инвестировать средства в развитие банка) будет продан весь государственный портфель акций.

Отдел финансовых институтов «БДГ».

СТРАХОВАНИЕ

«ВЕСТ-АСКО»: ПОЗАДИ — УДАЧНЫЙ ГОД

Отдел финансовых институтов «БДГ»

Страховая компания «Вест-АСКО» подвела итоги минувшего года, который оказался для нее достаточно удачным. Объем поступлений страховых премий составил BLR 35,3 млрд., из них BLR 30,2 млрд. поступило по рисковым договорам и BLR 5,1 млрд. -- по накопительным. В целом объем поступлений по сравнению с 1995 г. вырос в 5 раз. Увеличилось и количество клиентов, а также заключенных с ними договоров, что свидетельствует о растущем авторитете страхового общества.

Страховые выплаты, произведенные страховой компанией за год, составили BLR 6,3 млрд., в том числе по рисковым видам страхования -- BLR 2,3 млрд., по накопительным видам -- BLR 4,0 млрд.

Одним из наиболее значимых страховых событий 1996 г. для «Вест-АСКО» стало повреждение застрахованного имущества на заводе железобетонных мостовых конструкций в г.п. Фаниполь.

Активно развивалось в прошлом году страхование транспортных средств физических лиц.

«Вест-АСКО» получила в минувшем году ряд новых лицензий: по страхованию ответственности автоперевозчиков и экспедиторов (CMR), страхованию гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств по «Зеленой карте», страхованию от внезапных заболеваний иностранных граждан, которые временно проживают на территории Беларуси. В планах компании -- получение новых лицензий, открытие филиалов, совершенствование структуры страхового общества и привлечение новых специалистов.

БРОЛЛИ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Республика Беларусь, 220050, г.Минск, ул.Кирова, 13/540.
Тел.: (017) 220 58 54, 220 54 97.
Факс: (017) 226 04 92.

ОТЧЕТ о прибылях и убытках за 1996 г. ЗСАО «Бролли» г. Минск, ул. Кирова, 13 (млн.руб.)

Прибыль	
1. Страховые взносы по прямому страхованию	6525,0
2. Средства, привлекаемые из резервов по накопительным и рисковым видам страхования	--
3. Страховые взносы, полученные от перестраховочных операций	377,3
4. Прочие доходы от страховой деятельности	112,9
5. Доходы от внереализационных операций	2026,7
ИТОГО ДОХОДОВ	9041,9
6. Убытки	--
ВСЕГО	9041,9
Убытки (расходы)	
1. Выплаты страхового возмещения страховых сумм	559,1
2. Расходы на ведение дела	4257,5
3. Отчисления в резервы по накопительным и рисковым видам страхования	2852,7
4. Уплаченные страховые взносы по рискам, переданным в перестрахование	508,3
5. Отчисления в фонд предупредительных мероприятий	--
6. Прочие расходы	439,3
ИТОГО РАСХОДОВ	8616,9
7. Прибыль	425,0
ВСЕГО	9041,9

ГОДОВОЙ БАЛАНС за 1996г. ЗСАО «Бролли» г. Минск, ул. Кирова, 13 (млн. руб.)

АКТИВ	
1. Расчетный счет	371,4
2. Валютный счет	3763,5
3. Счета в банке по средствам резервов платежей	--
4. Касса	11,3
5. Основные средства и др. долгосрочн. активы	5258,9
6. Дебиторы	470,0
7. Прочие активы	16299,0
БАЛАНС	26174,1
ПАССИВ	
1. Уставный капитал	212,7
2. Резерв по имуществ. страхован. и страхован. от несчастн. случаев	21136,8
3. Резерв по страхованию жизни, пенсий и мед. страхованию	--
4. Фонды и резервы специального назначения	5018,9
5. Средства в расчетах	219,7
6. Прочие пассивы	-414,0
БАЛАНС	26174,1

Достоверность баланса подтверждена независимым аудитором Кисель Тамарой Федоровной, лицензия АП № 61 от 15.02.1993 г.

25 февраля 1997 г.

ОФИЦИАЛЬНО

КОМИТЕТ ПО ЦЕННЫМ БУМАГАМ СООБЩАЕТ

27 февраля состоялось заседание аттестационной комиссии Комитета по ценным бумагам, на котором подведены итоги аттестации специалистов по новой системе, введенной с 1 ноября 1996 г., а также рассмотрены меры по повышению требований к уровню подготовки специалистов.

За период с 1 ноября 1996 г. по 1 февраля 1997 г. аттестовано и переаттестовано 184 специалиста, в том числе выдано новых аттестатов: 1-й категории -- 61, 2-й категории -- 60, 3-й категории -- 63. Отрицательные результаты при тестировании получили 38 претендентов. Не аттестовано по результатам собеседования 3 претендента. Присвоена вторая категория вместо первой 4 претендентам.

ИНВЕСТИЦИИ

СЕБЯ ПОКАЗАТЬ И НА ИНВЕСТОРОВ ПОСМОТРЕТЬ

Отдел финансовых институтов «БДГ»

13 - 15 мая в Минске пройдет международная научно-практическая конференция «Развитие инвестиционной деятельности в современных условиях». Мотивы, которыми руководствуются организаторы подобных встреч, понятны: сегодня экономика Беларуси как никогда нуждается в инвестициях. И, возможно, подобные мероприятия смогут повлиять на изменение критической ситуации в инвестиционной сфере страны.

Планируется, что в конференции примут участие около 100 заинтересованных лиц. На встрече будут присутствовать руководители государственных органов Беларуси и России, а также представители отечественного и иностранного бизнеса. По мнению организаторов, конференция должна вызвать интерес банков, финансовых организаций, консалтинговых фирм, занимающихся инвестиционной деятельностью, а также промышленных предприятий.

Мероприятие будет организовано по принципу самофинансирования -- за счет регистрационных взносов участников и привлеченных средств спонсоров. Зарубежных гостей планируется пригласить из представительств иностранных фирм в Москве.

В организационный комитет конференции входит ряд высоких государственных чиновников России и Беларуси. Например, курировать вопросы организации и проведения данной встречи с белорусской стороны будут первый заместитель министра экономики Николай Зайченко, председатель Комитета по инвестициям Валерий Дрозд, заместитель председателя Минского горисполкома Николай Пацкевич, заместитель министра внешнеэкономических связей Алексей Моисейчиков. Со стороны России в организации встречи примут участие заместитель министра экономики Владимир Коссов, начальник департамента инвестиционной политики Министерства экономики Александр Федченко, первый заместитель председателя государственного комитета по промышленной политике Григорий Наполов, председатель государственного комитета по поддержке и развитию малого предпринимательства Вячеслав Прохоров и другие.

Участники конференции, не исключающие возможности ведения своего бизнеса в нашей стране, смогут узнать о перспективах белорусской экономики, а также о ее новых инвестиционных возможностях. В этой связи важным моментом является формирование эксклюзивного инвестиционного климата в свободных экономических зонах.

Ряд докладов будет посвящен законодательному и нормативно-правовому обеспечению инвестиционных рынков России и Беларуси. О перспективах международного инвестиционного сотрудничества государств -- участников СНГ в 1997 -- 2000 гг. расскажет вице-премьер правительства России Валерий Серов. А заместитель министра экономики Владимир Коссов выступит с докладом о концепции развития инвестиционной политики Министерства экономики России.

Тема защиты инвестиций, поступающих в Беларусь, по-прежнему является одной из актуальнейших. В этой связи участникам конференции будет рассказано о гарантиях и страховании иностранных инвестиций в Беларуси.

Кроме того, с докладами, непосредственно связанными с инвестиционной деятельностью, выступят представители отечественного и зарубежного бизнеса.

Рассказывая «БДГ» о целях минской международной конференции, председатель Комитета по инвестициям Министерства экономики Валерий Дрозд заметил: *«Мы не склонны проводить конференцию на уровне пленарных заседаний. Хотим придать встрече практический уклон и планируем начать ее с презентации инвестиционных проектов. А к участию в выставке надеемся привлечь иностранные компании, имеющие представительства в Москве. Кроме того, наша цель -- передать представителям белорусского бизнеса и производства опыт работы над инвестиционными проектами, накопленный российскими коллегами».*

Реальными среди источников инвестиций в условиях Беларуси Валерий Дрозд назвал два -- средства населения, конвертированные в валюту (по разным оценкам, порядка $1 - 2 млрд.) и прямые иностранные инвестиции. А наиболее перспективными для инвесторов являются прежде всего валютоокупаемые проекты. Важность этого критерия послужила причиной для начала разработки государственной программы по системе подготовки валютоокупаемых проектов.

Сегодня изучается достаточно много проектов иностранных инвесторов. Среди наиболее крупных -- программы реконструкции двух нефтеперерабатывающих комбинатов и одной ТЭЦ. Идет работа над проектом реконструкции производства капролактама на ПО «Азот», предусматривающим участие иностранного инвестора. Соответствующие документы уже находятся на рассмотрении в валютно-кредитной комиссии.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВАЛЮТООКУПАЕМЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫХ ДЛЯ ВОЗМОЖНОГО КРЕДИТОВАНИЯ ПОД ГАРАНТИИ ПРАВИТЕЛЬСТВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Наименование предприятия, проекта. Краткая характеристика проекта.	Стоимость проекта (в млн.$ США)	Срок окупаемости затрат (лет)	Срок возврата кредита (лет)
1. Белорусский металлургический завод, г.Жлобин. Программа реструктуризации производимой на БМЗ продукции	20,1	2,0	3,0
2. АО «Белмедпрепараты», г.Минск Реконструкция опытно-наработочного корпуса АО «Белмедпрепараты» для производства отечественных медицинских препаратов	20,0	5,0	7,0
3. ПО «Азот», г.Гродно Реконструкция производства капролактама	12,0	5,3	9,9
4. ПО по птицеводству, г.Минск Техническое переоснащение птицефабрики	5,0	3,8	8,0
5. СП «Беламкан», г.Минск Техническое перевооружение 214 АП КЖИ в г.Минске	3,7	2,3	5,0
6. ОАО «Ивацевичидрев» г.Ивацевичи, Брестской обл. Производство и экспорт в Российскую Федерацию древесностружечных плит	2,5	1,5	2,0
7. АО «Лента», г.Могилев Строительство гардинной фабрики (первый пусковой комплекс)	36,2	4,0	8,0
ИТОГО: 7 проектов на общую сумму $ 99,5 млн.			

Показатели деятельности белорусских банков (трлн.BLR)

Дата	Сумма активов (по балансу)	Собственный капитал (факт)	Уставный фонд (факт)	Прибыль (+) Убыток (-) (текущая)	Кредитные вложения: всего	Кредитные вложения: в т.ч. просроченные, пролонгированные сомнительные	Кредитные вложения: Удельный вес во всех кредитных вложениях	Темпы роста капитала к 1.01.96 г.	Доля кредитов в активах
1.01.96	42,4	3,1	1,2	1,01	17,9	2,11,8%	100%	42,3%	
1.02.96	44,7	2,8	1,4	-0,09	2,4	13,8%	87,5%	39,3%	
1.03.96	46,0	2,8	1,3	-0,13	17,6	2,6	14,9%	88,6%	38,3%
1.04.96	49,2	2,6	1,3	-0,06	19,0	2,2	11,7%	82,7%	38,7%
1.05.96	52,0	2,4	1,3	-0,07	20,1	2,8	13,9%	76,4%	38,6%
1.06.96	55,5	2,5	1,3	0,03	21,0	3,0	14,3%	79,3%	37,8%
1.07.96	55,9	2,7	1,3	0,10	21,1	3,2	15,1%	84,8%	37,8%
1.08.96	59,8	2,6	1,3	0,22	21,2	3,3	15,1%	84,0%	35,4%
1.09.96	67,8	2,8	1,3	0,24	23,9	3,4	14,3%	89,7%	35,3%
1.10.96	71,5	3,0	1,4	0,30	24,5	3,6	14,7%	94,9%	34,3%
1.11.96	75,1	3,0	1,4	0,45	26,3	3,7	14,1%	96,2%	35,0%
1.12.96	77,6	3,3	1,4	0,56	26,6	3,7	14,1%	104,7%	34,3%
1.01.97	77,8	3,5	1,6	0,68	26,2	3,7	14,2%	111,2%	33,7%
1.02.97	86,1	3,7	1,6	-0,10	29,5	4,5	15,2%	117,6%	34,3%

Мониторинг Центра Банковских исследований.

СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБОЗРЕНИЕ «БЕЛОРУССКОЙ ДЕЛОВОЙ ГАЗЕТЫ»

Рекламное Дело

№ 1 (9) 13 МАРТА 1997 ГОДА

Агентство деловых связей ■ Белорусская деловая газета ■ Система «ТРИЗ-ШАНС»

СОДЕРЖАНИЕ

ГОСУДАРСТВО И РЕКЛАМИСТЫ ОСОЗНАЛИ ВАЖНОСТЬ МОМЕНТА

Валентин ЛОПАН, ADC

Февраль 1997 года можно считать временем официального становления рекламного рынка Беларуси: вступил в силу Закон «О рекламе», и рекламисты провели свой первый конгресс. Государство решило активно вмешаться в то, что происходит на рынке рекламы, а все субъекты рекламного бизнеса осознали себя представителями целой самостоятельной отрасли и начали формулировать и защищать свои корпоративные интересы.

21 февраля 1997 года рекламисты Беларуси получили то, чего давно ждали: газета «Звязда» опубликовала подписанный президентом Закон «О рекламе». Применение закона будет иметь серьезные и часто очень неожиданные последствия для рекламодателей и рекламистов.

С самого начала этому закону была уготована трудная судьба. В мае 1996 года проект закона был принят Верховным Советом в первом чтении. После этого рекламная общественность предприняла отчаянные попытки максимально приблизить формулировки его статей к жизни. Но нормального профессионального лобби рекламисты до сих пор не сформировали, дискуссия о формах объединения в союзы или ассоциации только к весне 1997 года, наконец, достигла практического уровня.

К ноябрю 1996 года закон «О рекламе» оказался из всех наработанных Верховным Советом самым «готовым» к окончательному принятию во втором чтении. Но референдум сломал все планы. Так закон «О рекламе» стал последним в истории Беларуси законом, обсуждавшимся Верховным Советом.

Уже только это обеспечит закону место в истории. Но судьба приготовила еще один сюрприз: закон «О рекламе» стал первым законопроектом, рассмотренным нижней палатой Национального собрания. Правда, в этом случае внимание к его содержанию было более чем скромным. Голосование шло без сучка и задоринки. Так же «с ходу» закон был одобрен Советом Республики и лег на подпись президенту. Александр Лукашенко закон подписал и даже, выступая во вторник на сессии Парламентского собрания России и Беларуси, привел его в качестве примера сближения законодательств двух государств.

Сегодня нет смысла возвращаться к самому началу и разбирать принятый закон постатейно, высказывая свое к нему отношение. Сегодня надо думать о том, каковы последствия исполнения или неисполнения требований закона.

Главное, что необходимо отметить: определения основополагающих для рекламы понятий в законе даны в такой форме, что допускают очень широкие толкования при их применении. Соответственно существенно возрастает роль исполнительных органов власти, контролирующих рекламную деятельность. Этим своим качеством закон «О рекламе» унаследовал традицию отечественного законотворчества.

Для основной массы рекламодателей принятие закона означает, что придется все-таки приглашать на работу специалиста по рекламе, который наведет порядок и в расходовании средств, и в производстве рекламы, и в налаживании учета обнародованной рекламной информации. О стратегии государственных органов по контролю за ситуацией на рынке рекламы Вы можете прочитать в этом номере «Рекламного дела».



ВЕДАМАСЦІ
НАЦЫЯНАЛЬНАГА СХОДУ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
№ 1
1997 год

ЗБОР ДЭКРЭТАЎ, УКАЗАЎ ПРЭЗІДЭНТА І ПАСТАНОЎ УРАДА РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
№ 36
снежань 1996 г.
Мінск

Вторым значимым событием стало проведение 11-13 февраля 1997 года 1-го Белорусского конгресса рекламы. В его работе приняли участие 52 представителя всех сфер рекламного бизнеса. Основной вопрос, то и дело поднимавшийся в дискуссиях, так или иначе касался проблемы профессиональных объединений рекламистов. То, что рекламисты, наконец-то, осознали себя профессиональной группой, уже является неоспоримым фактом. Следующий шаг -- защита своих корпоративных интересов. А защищать есть что и от кого. Скорее всего, рекламистам придется отстаивать в коридорах власти интересы и своего цеха, и своих заказчиков, и даже своих клиентов.

Исполнительная власть, представленная Министерством предпринимательства и инвестиций, открыто заявила о готовности к сотрудничеству с рекламным миром через организованных представителей рекламистов. К лету 1997 года при министерстве планируется создать совет по контролю за рекламой, в который могут войти выразители интересов рекламного бизнеса.

В связи с этим вопрос о профессиональных объединениях приобретает вполне практический смысл.

Вся проблема в том, что рекламисты составляют очень неоднородную среду. Одни работают с печатными СМИ, другие -- с радио и телевидением, одни размещают, другие производят. Кого-то, по большому счету, интересует только наружная реклама в определенном городе и т.д. Что же может заставить всех рекламистов объединить свои усилия?

Главный общий интерес -- отстаивание своих позиций в свете принятого Закона «О рекламе». Положения закона можно трактовать очень широко, а в практической работе почти всегда приходится сталкиваться с вполне конкретными вопросами и проблемами. Профессиональные знания рекламистов должны помогать чиновникам при принятии решений относительно того или иного рекламного обращения. Если профессионалы не будут сотрудничать с государственными структурами и объяснять свою позицию, то это начнут делать те, кому среди профессионалов места не нашлось. Есть спрос на знания, и он должен быть удовлетворен.

Второй, а скорее всего главный вопрос, который волнует всех, -- количество денег на рекламном рынке Беларуси. Эта денежная масса может прирастать в настоящее время в основном за счет отечественного рекламодателя. Поставить и широко разрекламировать проблему затрат на рекламу -- одна из главнейших задач. Выигрывают от увеличения рекламных бюджетов компаний все: рекламодатели, рекламисты, потребители товаров и услуг.

Третья проблема для всеобщего внимания -- соблюдение авторских прав в рекламе. Это повышает общественную оценку труда рекламиста с неминуемыми материальными последствиями. Научившись уважать труд своих коллег, неизбежно повышаешь уважение к профессии в целом. По понятным причинам этот вопрос интересует в первую очередь тех, кто считает рекламу своей профессией.

Коль заговорили о профессионализме, сразу встает вопрос об образовании. Совместными усилиями поставить образование в области рекламы, перевести его из уровня «шаманства» на «высший» уровень вполне возможно. Спрос-то на кадры растет.

Радует уже тот факт, что точки зрения «конгрессменов» на все вышеназванные проблемы во многом совпали. И они сформулировали и обобщили свои размышления в специальном заявлении. Это и есть главный на сегодняшний день итог работы 1-го Белорусского конгресса рекламы.

Остается открытым вопрос о форме объединения. Самый неожиданный аспект этой проблемы -- не может быть одного всеобщего объединения рекламистов (разве что сам конгресс как высший ежегодный форум рекламистов Беларуси). Объединяться можно территориально, узкопрофессионально, по цвету, по вкусу, словом, как угодно, объединяться надо, поскольку для этого есть главная причине: появились проблемы, которые в одиночку решить невозможно.

ИТОГОВЫЙ ДОКУМЕНТ 1-ГО БЕЛОРУССКОГО КОНГРЕССА РЕКЛАМЫ

Участники конгресса констатируют:

Первое. Реклама в Беларуси стала профессией. Уже поэтому необходимо и объективно неизбежно возникновение профессионального объединения белорусских рекламистов.

Второе. Задачами такого объединения (объединений) будут являться:

-- отстаивание интересов рекламистов и их клиентов в органах государственной власти;

-- проведение профессиональных экспертиз;

-- повышение квалификации и организация подготовки кадров;

-- максимально полное информирование рекламистов и рекламодателей о проблемах рекламного рынка.

Третье. Объединение всех или хотя бы большинства рекламистов в рамках одной структуры маловероятно: слишком отличаются наши взгляды на первоначальные задачи такого объединения, слишком разнятся наши интересы, амбиции, симпатии и антипатии.

Участники конгресса видят следующие варианты организационных форм рекламных объединений:

-- ассоциация рекламных агентств (юридических лиц);

-- союз рекламистов (организация физических лиц);

-- клуб директоров рекламных агентств;

-- объединения по специализациям (например, «наружники», public relations и т.д.)

Участники конгресса призывают всех заинтересованных лиц включиться в дискуссию, а еще лучше -- реализовать на практике наиболее привлекательные для тех или иных рекламистов формы. Эти объединения могут не столько конкурировать, сколько дополнять друг друга.

Конгресс обращается к редакциям деловых и рекламных изданий, другим СМИ Беларуси предоставить возможность высказаться на эту тему всем заинтересованным сторонам.

Контактный телефон организаторов конгресса: 017/263-70-14

ПРОЕКТЫ

В МИНСК ПРОЕЗДОМ ИЗ ПАРИЖА

Отдел информации «БДГ»

25 лет Жан Мари Бурсико собирает лучшие рекламные фильмы из разных стран мира, каждый год пополняя свою уникальную коллекцию, в которую входит более 540 тысяч работ. После ежегодной премьеры в Париже господин Бурсико и его коллекция отправляются в путешествие по миру (в 1995 году это были 45 городов в 29 странах). В этом году первым пунктом маршрута станет Минск.

В «Синематеке Жана Мари Бурсико» (Cinematheque jean marie boursicot) представлена и реклама начала века, родившаяся вместе с кинематографом, и современные работы всемирно известных режиссеров «большого кино» (Федерико Феллини, Жан-Люк Годар, Никита Михалков, Витторио де Сика, Андрон Кончаловский и др.)

Первый спектакль (а именно так Жан Мари называет демонстрацию программы) «Ночь пожирателей рекламы» состоялся в Париже 15 лет назад. С тех пор каждую весну в одном из престижных залов французской столицы организуется премьера новой программы, в которую входят более 500 фильмов из коллекции. Несколько тысяч поклонников («пожирателей») рекламы в течение шести часов могут наслаждаться искусством рекламы, наблюдая ее на большом экране.

Проект «Ночь пожирателей рекламы» дважды занесен в «Книгу рекордов Гиннесса» как самое продолжительное и самое массовое действо, связанное с рекламой. Минский показ намечен на 30 апреля 1997 года в кинотеатре «Октябрь».

Это уникальная возможность познакомиться с мировыми шедеврами в области рекламных фильмов.

Интересно, что в «Синематеке Жана Мари Брусико» представлены фильмы, созданные в 75 странах мира (более 700 рекламных агентств), в том числе и в России. А вот из Беларуси до сих пор не поступило ни одной работы. Эту несправедливость и попросили исправить французские организаторы шоу во время переговоров с белорусской ТВ-программой «ОКО» («О рекламе и не только...»).

Что же ждет белорусских поклонников рекламы? Оргкомитет, в который входят известные минские рекламные агентства, готовит много сюрпризов. Всем зрителям шоу предоставлена полная свобода: в любой момент можно покинуть зал или вернуться, принять участие в многочисленных рекламных конкурсах, презентациях, розыгрышах и т.д., которые будут продолжаться всю ночь. Возможно, эта ночь и станет традиционным ежегодным профессиональным праздником рекламы -- Днем рекламиста.

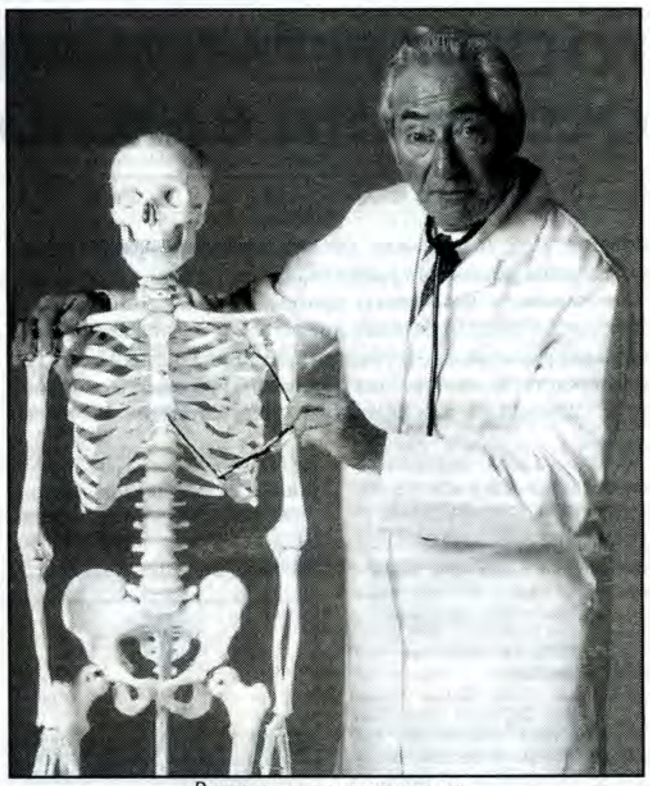
Тел. оргкомитета: 246 12 34.

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

ИМИДЖ — НИЧТО! ЗАКОН — ВСЕ!

Анатолий АХРАМЧУК, заместитель министра предпринимательства и инвестиций Республики Беларусь

Слово «реклама» как определение некоего процесса или продукта профессиональной деятельности человека, который появляется не только на Западе, прочно вошло у нас в обиход всего несколько лет назад. Постепенно пространство рекламной деятельности расширялось и сегодня нет ни одного человека в стране, кто бы избежал или не ощущал ее воздействия. В результате государство пытается взять этот вид бизнеса под свой контроль. Закон уже принят, но сформулированы ли четкие принципы государственной политики в области регулирования рекламной деятельности? В Министерстве предпринимательства и инвестиций Беларуси концептуальная работа в этом направлении уже идет.



Реклама и контрреклама

Государственная политика в области рекламы направлена на защиту от недобросовестной конкуренции в области рекламы, в том числе на предотвращение и пресечение рекламы, способной ввести потребителей в заблуждение или нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц либо вред чести, достоинству и деловой репутации указанных лиц.

В то же время задача министерства -- обеспечить баланс интересов потребителей и предпринимателей (в широком понимании этих терминов). Проблема взаимоотношений хозяйствующих субъектов, действующих на рынке рекламы, существует с момента зарождения и развития рыночных отношений. Это проблема поиска и достижения баланса, согласования различающихся до полярности интересов производителя, продавца товаров и их потребителя. При регулировании взаимоотношений предпринимателей и потребителей всегда есть соблазн поддержать одну из сторон. Мировая практика свидетельствует, что основная задача государственных органов в этой области состоит в обеспечении и соблюдении интересов общества в целом, а не его отдельной, хотя и важной части.

Политика, осуществляемая в сфере рекламы, преследует две основные цели:

-- информировать потребителя об имеющихся товарах и услугах, чтобы он соответствующими решениями по их выбору мог способствовать эффективному функционированию рынка;

-- защищать потребителя в том случае, когда его положение как слабой стороны не позволяет ему играть роль двигателя экономических интересов общества.

Реализация контроля за рекламной деятельностью зависит от системности законодательства о рекламе. Работа по формированию правовой базы велась с учетом необходимости унификации белорусского и зарубежного законодательства, в том числе стран--членов СНГ. Специалисты министерства изучали законодательство о рекламе России, Украины, Казахстана. Кроме того, при подготовке нормативно-правовой базы использовался опыт европейских стран. Экспертами TACIS были сделаны подборки по законодательным актам европейских государств и указаны различия в них. Вопрос законодательного регулирования отношений, возникающих в процессе производства, размещения и распространения рекламы, в разных странах решается по-разному. В одних приняты специальные законы, в других эти отношения регулируются в рамках иного законодательства. Так, специальные законы действуют в России, Украине. Отдельные правила, регулирующие отношения на рынке рекламных услуг, содержатся в законе о торговле и защите прав потребителей, принятом в Бельгии в 1991 году; законе о борьбе с недобросовестной конкуренцией, принятом в Польше в 1993 году. В США регулирование рекламной деятельности*(1) осуществляется в соответствии с несколькими законами*(2).

До июня прошлого года в Беларуси отсутствовала законодательная база, регулирующая отношения на рынке рекламных услуг и определяющая требования к рекламе. Для заполнения этого правового вакуума 3 июня 1996 года был принят Указ президента Республики Беларусь N 210 «О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности». Этот первый законодательный акт общегосударственного значения, безусловно, имеет большое значение и оказывает позитивное влияние на рынок рекламных услуг. В подтверждение этого замечу, что министерством проведено более десятка расследований и приняты меры по устранению выявленных нарушений. Благодаря этому значительно упорядочена рекламная деятельность, в основном обеспечивается защита общества и рынка от негативного влияния ненадлежащей рекламы.

Однако в сфере регулирования рекламы мы все же далеки от совершенства. Возьмем наружную рекламу. Наряду с корректной рекламой торговых марок, таких как Lucky Strike, Marlboro и других, в последние две недели Минск украсили щиты: «Ты, я и «Ротманс», «Winston -- глоток свободы». Это есть не что иное, как призыв к курению, и особенно молодых людей.

Рекламораспространители и рекламопроизводители должны ответственнее относиться к рекламе как бизнесу. Любое рекламное послание должно создаваться с чувством ответственности перед обществом и отвечать принципам добросовестной конкуренции.

Вместе с тем практика требует более полного законодательного регулирования рекламной деятельности. Большую роль в становлении нормальных конкурентных отношений на рынке рекламы должен сыграть специальный закон о рекламе.

19 декабря 1996 года Палатой представителей Национального собрания был принят Закон «О рекламе». 30 января текущего года он был одобрен Советом Республики. Закон состоит из пяти разделов, 25 статей, в которых определены основные положения, общие и специальные требования к рекламе на территории Беларуси, права и обязанности субъектов рекламной деятельности, ответственность за ненадлежащую рекламу, а также система государственного контроля за рекламной деятельностью. Закон определяет правовые основы отношений по созданию и распространению рекламы, а также нормы, регламентирующие предупреждение и пресечение ненадлежащей рекламы. Основная цель закона -- обеспечение условий рекламной деятельности, отвечающих интересам общества, потребителей, рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

Приоритетное значение в законе отводится информационному аспекту рекламной деятельности. Любая реклама представляет собой информацию, поэтому с особым вниманием сформулированы требования к содержанию рекламных сообщений независимо от формы их представления или распространения.

Вместе с тем реклама представляет собой мощный механизм воздействия на массового потребителя. В этой связи правовому регулированию подвергаются различные элементы рекламной деятельности (время, место, способы и формы).

Закон устанавливает важнейшие требования, предъявляемые к рекламе (достоверность, этичность); определяет особенности рекламы в электронных и печатных средствах массовой информации, а также наружной и транспортной рекламы. Устанавливаются определенные ограничения и требования при рекламе алкоголя, табака, медикаментов, финансовых, страховых, инвестиционных услуг. Предусмотрены нормы по защите интересов несовершеннолетних при рекламе детских товаров, а также по созданию и распространению социальной рекламы.

Так, нормы по рекламе алкоголя и табака включают сбалансированный с точки зрения интересов потребителей, рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей комплекс ограничений по месту и способам подачи. Разумные ограничения этого вида рекламы сохраняют возможность цивилизованной конкуренции, обеспечивают расширение ассортимента и улучшение качества продукции.

В целях создания благоприятных условий для добросовестной конкуренции в законопроекте сформулированы права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Правовые нормы содержат конкретный механизм контроля и ответственности за несоблюдение рекламного законодательства. Тем самым устраняются несбалансированность и декларативность законодательства в отношении рекламы, а также неурегулированность вопросов обеспечения добросовестной конкуренции и защиты прав потребителей при производстве и распространении рекламы.

Законопроект содержит также порядок осуществления контррекламы. Правовым основанием для применения контррекламы является установление нарушения законодательства о рекламе.

Предусматриваются конкретные санкции за нарушение этого законодательства. Министерством подготовлены дополнения в Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях. Так, нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями законодательства о рекламе, а также непредоставление этими лицами информации либо предоставление заведомо ложной информации о распространяемой рекламе влечет за собой наложение штрафа.

Кроме того, за нарушения порядка рекламирования видов деятельности, подлежащих лицензированию, действие выданной рекламодателю лицензии может быть приостановлено либо он может быть лишен такой лицензии по решению Министерства предпринимательства и инвестиций*(3) .

Законом также предусмотрены определенные права и полномочия государственных структур, контролирующих деятельность средств массовой информации, охрану здоровья населения, безопасность движения (транспортная реклама). Определены права местных органов по контролю за рекламной деятельностью в регионах.

Однако необходимо отметить, что принятие такого закона не позволит урегулировать все многообразие форм ненадлежащей рекламы. Поэтому в дальнейшем потребуется разработка нормативных актов, конкретизирующих вопросы проявления той или иной формы ненадлежащей рекламы и ее пресечения.

Министерством разработан проект «Положения о порядке рассмотрения материалов о нарушении законодательства Республики Беларусь о рекламе», в котором разъясняется ряд процедурных вопросов. Этот документ сейчас дорабатывается в связи с принятием 19 декабря 1996 Закона «О рекламе».

Решающее значение для практической реализации запретов ненадлежащей рекламы имеют правовые средства регулирования в рекламной сфере. Правомочия по их применению действующее законодательство предоставляет государственным органам. Министерство предпринимательства и инвестиций в соответствии с возложенными на него задачами выполняет следующие функции:

-- осуществляет контроль за рекламной деятельностью юридических и физических лиц;

-- принимает меры по предупреждению и пресечению фактов недобросовестной рекламы;

-- проводит мониторинг рынка рекламных услуг;

-- рассматривает в установленном порядке информацию и материалы о нарушении законодательства о рекламной деятельности;

-- обобщает практику применения законодательства о рекламе.

В министерстве создано управление контроля за осуществлением рекламной деятельности, работают подразделения и в территориальных комитетах. Планируется проводить анализ и обобщение правоприменительной практики по делам о нарушении рекламного законодательства.

Кроме текущего отслеживания рынка рекламных услуг, министерство с привлечением заинтересованных сторон будет проводить ежеквартальный комплексный мониторинг средств массовой информации по вопросам соблюдения Закона «О рекламе» и других нормативных актов, регламентирующих рекламную деятельность.

Важным направлением деятельности министерства является предупреждение правонарушений в сфере рекламы. В регулировании рекламной деятельности определенную роль могли бы сыграть также общественные объединения рекламопроизводителей и рекламодателей.

Понятно, у органов государственного управления и субъектов хозяйствования, действующих на рекламном рынке, разные интересы. Задача министерства -- обеспечить как защиту потребителей от недобросовестной рекламы, включая защиту экономических интересов, здоровья или безопасности потребителей, так и добросовестное и этичное предпринимательское поведение.

Промежуточным звеном между органом государственного управления, занимающимся вопросами рекламы, и субъектами хозяйствования, действующими на рынке рекламных услуг, являются различные рекламные ассоциации. Основными направлениями их деятельности могут быть защита интересов своих членов, обмен опытом, содействие становлению и развитию рекламного рынка, повышение профессионального уровня, разработка рекомендаций деятельности на рекламном рынке и другое.

Именно органы саморегулирования могут и должны содействовать распространению сведений о требованиях рекламного законодательства, поскольку, как показывает практика, у субъектов хозяйствования, работающих на рынке рекламных услуг, таких знаний недостаточно. Министерство стремится обеспечить баланс интересов рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и потребителей рекламы, поэтому заинтересовано в сотрудничестве с органами саморегулирования. В конечном счете и рекламная отрасль, и потребители извлекут из этого пользу, а обмен мнениями по вопросам организации и практики рекламы будет содействовать тому, что подходы министерства к проблемам регулирования будут более взвешенными и конструктивными.

В этой связи в текущем году планируется сформировать совет по контролю за рекламой при министерстве, в который войдут представители государственных органов, рекламопроизводителей, рекламодателей, рекламораспространителей, обществ по защите прав потребителей.

1. Осуществляется рядом государственных органов, самым влиятельным из которых является Федеральная торговая комиссия, созданная в 1914 году.

2. Закон Уолтера-Ли (1938г.) о контроле за лживой рекламой пищевых продуктов, медицинских препаратов и косметических средств; Закон Робинсона-Патмана (1936г.) о запрете на скидки и прочие привилегии в сфере рекламы и стимулирования сбыта, если они недоступны в сопоставимых масштабах остальным продавцам этого товара; Закон об отражении истины в предложениях о представлении займов (1969г.) и ряд других.

3. В соответствии с Указом президента Республики Беларусь N 210 «О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности». В соответствии с этим законом Министерство предпринимательства и инвестиций при неоднократном нарушении законодательства направляет материалы в органы, выдавшие лицензии, для решения вопроса о приостановлении или лишении лицензии рекламодателя.

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА

КРИТИЧЕСКИЕ ДНИ БЕЛОРУССКОЙ РЕКЛАМЫ

Татьяна ТИХОНЕНКО, главный специалист Министерства предпринимательства и инвестиций РБ

Несмотря на то, что правовая база государственного регулирования рекламного рынка только формируется, органы государственной власти уже активно реализуют на практике данные им права по контролю за рекламной деятельностью. Правда, масштабных карательных мер не применяют.

Нормативно-правовая база, определяющая требования к рекламе, включала на середину февраля 1997 года Указ президента Республики Беларусь N210 «О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности» (далее -- указ президента N210), Временное положение о порядке осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь, утвержденное постановлением Кабинета Министров 12 июля 1996 г. N 458 (далее -- Временное постановление).

При рассмотрении материалов о нарушении рекламного законодательства Министерство предпринимательства и инвестиций и его территориальные комитеты руководствовалось указанными нормативно-правовыми актами.

Материалы о нарушении законодательства о рекламе рассматривались Министерством предпринимательства и инвестиций по заявлениям Государственного комитета Республики Беларусь по печати, Главной государственной налоговой инспекции, Прокуратуры, Государственного центра безопасности информации при Совете безопасности Республики Беларусь, Инспекции по ценным бумагам, хозяйствующих субъектов, чьи права и законные интересы были нарушены, а также по собственной инициативе.

С начала деятельности Министерства предпринимательства и инвестиций им было рассмотрено несколько десятков материалов о нарушении законодательства о рекламе. В первое время министерство ограничивалось лишь предупредительными мерами, давая возможность участникам рекламного рынка адаптироваться к новым требованиям. Затем оно перешло к более серьезным действиям. Было вынесено два решения о признании рекламы недобросовестной. В соответствии с ними недобросовестной была признана реклама более 40 хозяйствующих субъектов. Необходимо отметить, что в целом рекламораспространители проявили законопослушание и привели рекламу в соответствие с требованиями законодательства о рекламе.

Мониторинг рынка рекламных услуг проводили также территориальные комитеты Министерства предпринимательства и инвестиций. Это позволяет обобщить практику применения действующего законодательства о рекламной деятельности.

Практический опыт работы показал, что в большинстве случаев наблюдается нарушение пункта 4 Временного положения. В соответствии с этим Положением реклама видов деятельности, подлежащих лицензированию или (и) осуществляемых с согласия государственного органа, допускается только при наличии у рекламодателя соответствующей лицензии или (и) согласия на осуществление этой деятельности. Если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, в рекламе должны быть указаны номер лицензии, дата ее выдачи, срок действия и наименование органа, выдавшего лицензию. Данные требования вытекают из экономической реальности, они способны существенно повысить порог экономической безопасности для рядовых потребителей.

Можно говорить о том, что в некоторых конкретных случаях нарушение пункта 4 указанного Положения не является грубым нарушением законодательства о рекламе, однако это явление носило массовый характер. Например, в августе некоторые периодические печатные издания размещали рекламные объявления, содержащие сведения о покупке-продаже иностранной валюты. В ходе проверки выяснилось, что почти половина рекламодателей не имела лицензии на совершение дилинговых операций. Тем не менее вместо лицензии на совершение дилинговых операций рекламодатели показывали сертификат о регистрации в штате Делавэр, лицензию на осуществление профессиональной деятельности по ценным бумагам и т.д.

При применении этой нормы у средств массовой информации возникают определенные проблемы. Скажем, требуется ли лицензия при опубликовании объявления «Куплю кольцо»; правомерно ли размещение объявлений, рекламирующих виды деятельности, подлежащие лицензированию, если рекламодатель не имеет лицензии, однако такая имеется у лиц, которые работают у рекламодателя?



Например, рекламные объявления одного из агентств безопасности содержали сведения о проведении специальных обследований помещений, технических средств и проводных коммуникаций с целью выявления каналов утечки. В соответствии с Перечнем видов деятельности, на осуществление которых требуется специальное разрешение (лицензия), и органов, выдающих эти разрешения (лицензии), утвержденным постановлением Кабинета Министров от 21 августа 1995 года N456, данный вид деятельности подлежит лицензированию. Однако лицензии на рекламируемый вид деятельности агентство не получало. Его должностные лица утверждали, что заключили договоры с теми, кто эти лицензии имел. Однако учитывая, что рекламодателем выступало агентство, реклама была признана недобросовестной.

Кроме того, в средствах массовой информации размещается реклама, нарушающая порядок рекламирования финансовых услуг, а именно -- услуг, связанных с привлечением денежных средств граждан или юридических лиц.

В соответствии с п. 3 указа президента N210 коммерческие банки обязаны при распространении рекламы о привлечении денежных средств под проценты указывать проценты, выплаченные по различным видам вкладов в течение последнего финансового года с разбивкой по месяцам (кварталам), если выплаты производились ежемесячно (ежеквартально). Однако некоторые коммерческие банки систематически не выполняют это требование.

Наибольшие споры сегодня вызывают нормы, определяющие порядок рекламирования алкогольных и табачных изделий.

Разные страны регулируют этот вид рекламы по-разному. Так, в Финляндии, Норвегии, Китае реклама табачных изделий полностью запрещена. Россия, Украина, Казахстан, США, ФРГ, Великобритания и ряд других стран не практикуют полный запрет на рекламу алкогольных и табачных изделий.

В соответствии со ст.8 Закона Республики Беларусь «О предупреждении инвалидности и реабилитации инвалидов» в стране запрещается реклама алкогольных напитков и табачных изделий во всех средствах массовой информации. Кроме того, в соответствии с п.2 указа президента N210 запрещается реклама алкогольных и табачных изделий.

Вместе с тем Временное положение о порядке осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь снимает некоторые ограничения рекламы данной продукции.

Под рекламой алкогольных и табачных изделий понимается реклама алкогольной и табачной продукции:

-- содержащая демонстрацию процессов курения и потребления алкогольных напитков с указанием торговых марок рекламируемых алкогольных и табачных изделий;

-- содержащая изображение или звуковой текст, призывающий к употреблению алкогольных или табачных изделий.

Запрет на рекламу алкогольных и табачных изделий не распространяется на рекламу торговых марок, используемых для идентификации алкогольных и табачных изделий.

Ясно, что под призывом к употреблению алкогольных или табачных изделий можно понимать также формирование впечатления, что употребление алкоголя или курение имеет важное значение для достижения общественного, спортивного или личного успеха либо для улучшения физического или психического состояния;

-- содержащая дискредитацию воздержания от употребления алкоголя или от курения, информацию о положительных терапевтических свойствах алкоголя, табака и табачных изделий и представление их высокого содержания в продукте как достоинства.

Так, в одной из статей рекламировался аперитив CAMPARY. В этой рекламе используются следующие утверждения: *«Выбор спиртного говорит о вкусе, благосостоянии и интеллекте человека больше, чем его машина, одежда, любовница»*, *«Правильный выбор -- CAMPARY»*. В соответствии с Временным положением эта заметка может быть признана рекламой алкогольных изделий. Очевидно, под призывом к употреблению алкогольных изделий здесь можно понимать дискредитацию воздержания от употребления алкогольных напитков.

Хочу обратить внимание на требование к рекламе изделий, оказывающих лечебный эффект, в том числе различных средств для избавления от избыточного веса. В соответствии с указом президента N210 запрещается реклама методов профилактики, диагностики и лечения болезней, а также медицинских технологий и лекарственных средств без разрешения Министерства здравоохранения. В то же время изделия, не являющиеся предметами медицинского назначения, часто рекламируются как средства, оказывающие лечебный эффект.

Ряд средств массовой информации опубликовал рекламу так называемого биомагнитного способа похудения. В тексте рекламного объявления содержатся утверждения некоторых лиц об эффекте биомагнитного похудения. Это рекламное объявление может быть признано нарушающим п.2 указа президента N210 в части, которая касается запрета на рекламу, вводящую в обман потребителей, по следующим признакам:

-- отсутствует возможность идентифицировать данное средство, не определены гарантии потребителям на товар; согласно ст.5 Закона «О защите прав потребителей» нет всей информации для принятия решения о приобретении товара; нет возможности получить дополнительную информацию ввиду указания абонентского ящика и расчетного счета (нет данных о телефоне или адресе предприятия);

-- в некоторых утверждениях отсутствует причинно-следственная связь между использованием товара и похудением;

-- содержатся свидетельства о том, что средства помогают при серьезных заболеваниях, которые не поддаются либо тяжело поддаются лечению;

-- содержатся утверждения о полной гарантии потери веса, а также утверждение: *«Вы сбросите 6 килограммов за первую неделю и 15 -- за первый месяц»*, -- при приведенных данных о том, что эффективность метода достигает 97,5%.

Министерство предпринимательства и инвестиций направило запрос в Министерство здравоохранения о предоставлении необходимой информации. Выяснилось, что под биомагнитным средством понимается биомагнитная клипса (производства Тайваня), которая не является предметом медицинского назначения. На данное изделие имеется гигиенический сертификат Центра государственного санитарно-эпидемиологического надзора г. Москвы. При выдаче сертификата были проведены лабораторные исследования и разработана инструкция о применении. Сведения о лечебном эффекте выясняются, однако уже сейчас можно говорить о том, что приведенные цифры не вполне корректны. В случае непредоставления заключения специалистов о лечебном эффекте биомагнитных клипс до мая текущего года удостоверение о государственной гигиенической регистрации будет отменено.

Сегодня министерство рассматривает возможность признания рекламного объявления нарушающим законодательство о рекламе.

Кроме того, считаю целесообразным указать на необходимость более осторожного использования утверждений о лечебном эффекте, сделанных лицами, которые не являются специалистами в области медицины.

Несмотря на то, что работа по формированию правовой базы идет уже более двух лет, эффективный механизм по пресечению нарушений законодательства о рекламе до сих пор не создан. В практической работе министерство сталкивается с определенными проблемами. Многие из них решатся после вступления в действие Закона «О рекламе». Он позволит комплексно решать поставленные перед министерством задачи, а также даст рекламопроизводителям, рекламораспространителям, рекламодателям гарантии соблюдения их прав.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

ФОРМАЛИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

В феврале вступил в действие Закон «О рекламе».

Действие закона распространяется на юридических лиц и граждан Республики Беларусь, иностранных юридических и физических лиц, а также на лиц без гражданства, которые производят, размещают и распространяют рекламу на территории Республики Беларусь. Закон не распространяется на политическую рекламу.

Под рекламой понимается распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о юридическом или физическом лице, товарах (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим юридическому или физическому лицу, товарам и способствовать реализации товаров.

В законе даны определения следующим терминам:

1. Ненадлежащая реклама -- недобросовестная, недостоверная, неэтичная, скрытая и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленным законодательством Республики Беларусь.

2. Наружная реклама -- плакаты, стенды, световые табло и иные технические средства ее стабильного размещения на определенной территории.

3. Социальная реклама -- информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера.

4. Контрреклама -- опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий; а также «рекламодатель», «рекламопроизводитель», «рекламораспространитель», «потребитель рекламы».

Реклама на территории Республики Беларусь может распространяться на белорусском и (или) русском языках. Это положение не распространяется на радио-, телевещание и печатные издания, осуществляемые исключительно на иностранных языках, а также на зарегистрированные товарные знаки (знаки обслуживания) и рекламу, приглашающую к сотрудничеству лиц, свободно владеющих иностранными языками.

Реклама о самом рекламодателе, если осуществляемая им деятельность требует специального разрешения (лицензии), но такое разрешение (лицензия) не получено, а также реклама товаров, запрещенных к производству и реализации в соответствии с законодательством Республики Беларусь, не допускается.

В средствах массовой информации, не зарегистрированных в качестве специализированных для сообщений и материалов рекламного характера, реклама не должна превышать:

-- 25 процентов объема одного номера государственных периодических печатных изданий;

-- 30 процентов одного номера других периодических печатных изданий;

-- 10 процентов объема государственного вещания для радио- и телепрограмм.

Государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе осуществляет Республиканский орган управления Республики Беларусь (его территориальный орган).

Юридические или физические лица (рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители) несут ответственность за нарушение законодательства о рекламе в соответствии с законодательством Республики Беларусь. Рекламодатель несет ответственность за нарушение законодательства Республики Беларусь о рекламе в отношении ее содержания, если не доказано, что это произошло по вине рекламопроизводителя или рекламораспространителя.

РЕГИОНЫ

РЕКЛАМОДАТЕЛЮ В БРЕСТЕ ЕСТЬ ИЗ ЧЕГО ВЫБИРАТЬ

Ольга БОБКОВА

Несмотря на то, что недавно Брестский облисполком принял Положение, согласно которому почетным правом именоваться средствами массовой информации обладают только три местные газеты, рекламная жизнь здесь продолжается, во многом повторяя столичный путь.

Средства массовой информации Бреста это: один местный канал телевидения «Буг-ТВ», к которому подключено не более 30% городских квартир; областное радио, выходящее в эфир всего несколько раз в день, и газеты. Газет много: «Брестский курьер», «Брестский рынок», «Вечерний Брест», «Заря», «Варшавский мост», «Народная трибуна», «Европейский перекресток», «Брестские ведомости».

Очевидно, что рекламная жизнь города наиболее активно проявляет себя именно в газетной рекламе.

ЛИДЕРЫ И АУТСАЙДЕРЫ

До 1990 г. в Бресте выходило единственное издание, выполнявшее роль областной и городской газеты, -- «Заря». За минувшие шесть лет возникло 14 изданий, 7 из которых уже прекратили свое существование (газеты «Брествестпресс», «Аист», «Размова», «02», «Час Бреста», «Шлях», журнал «Еврорегион «Буг»). Сегодня на местном рынке прессы конкурируют следующие издания:

1. «Брестский курьер». Издается с июня 1990 г. Периодичность выхода -- 1 раз в неделю (пятница). Заявленный тираж -- 21 тыс. экз. Цена -- BLR 3 тыс. Газета входит в Европейский синдикат независимых изданий (Project Sindicate) и стремится сохранять имидж независимого общественно-политического издания. Основные темы публикаций: политика и власть, экономика и бизнес, социальные проблемы и общество. Ориентация на независимость не проходит для «Курьера» даром, и время от времени коллектив редакции получает официальные предупреждения прокурора области о *«разжигании на страницах издания социальной нетерпимости»*.

Основной круг читателей газеты -- работники структур управления, бизнесмены, научная, техническая и творческая интеллигенция, демократически настроенная молодежь.

2. «Вечерний Брест». Издается с декабря 1991 г. Периодичность выхода -- 2 раза в неделю (вторник, четверг). Заявленный тираж -- 60 тыс. экз. Цена -- BLR 2 тыс. Распространяется в основном в Бресте через сеть внештатных распространителей.

По содержанию газета похожа на минскую «Вечерку»: минимум политики, максимум городских новостей и сплетен. Содержание «Вечернего Бреста» разнообразно и не ориентировано на определенную читательскую аудиторию.

Пользуется спросом в основном среди рабочих и служащих крупных государственных предприятий, которых в городе достаточно много.

3. «Заря». Издается с 1939 г. Периодичность выхода -- 3 раза в неделю. Заявленный тираж -- 50 тыс. экз. Цена -- BLR 700. 80% тиража распространяется по Брестской области.

«Заря» выходит уже пятьдесят семь лет, а нынешний главный редактор работает в ней сорок лет. Газета сохраняет устоявшийся редакционный стиль и содержание и, по сути, является официальным печатным органом государственных структур области. Скорее всего, она и дотируется из бюджета. Иначе непонятно, как редакции удалось недавно обновить свой технический парк компьютерами «Macintosh» последних моделей. Очевидно, что ни малочисленная реклама, ни выручка от распространения не могут давать большой прибыли.

За последние несколько лет «Заря» практически потеряла своего городского читателя, но прочно удерживает негородских подписчиков. Их верность объясняется еще и тем, что местные органы власти рекомендуют директорам государственных предприятий и председателям колхозов выписывать именно «Зарю». Таким образом, основную читательскую аудиторию этого издания составляют работники государственных структур, жители села, пенсионеры.

4. «Брестский рынок». Издается с сентября 1996 г. Периодичность выхода -- 1 раз в неделю. Заявленный тираж -- 111 тыс. экземпляров. Распространение: 90 тыс. экземпляров -- всем (!) жителям и организациям Бреста, 10 тыс. -- организациям Брестской области, 11 тыс. -- организациям Минска. Бесплатная рекламная газета.



«Брестский рынок» выделяется не только среди газет Брестской области, но и среди изданий всей Баларуси. Это единственная белорусская бесплатная газета с таким большим тиражом. (Всем известный минский «Ва-банк» выходит тиражом 200 тыс. экз., но является приложением к газете «Комсомольская правда»). Только рассылка газеты обходится редакции в BLR 38 млн. Неясно, насколько затраты на производство «Брестского рынка» окупают его расходы, но очевидно, что газета издается людьми, девиз которых -- или все, или ничего.

Содержание газеты -- программа телевидения и рекламные объявления. По причине вездесущности и наличия программы ТВ «Брестский рынок» в Бресте читают все, кто умеет читать.

5. «Народная трыбуна». Издается с 1990 г. Периодичность выхода -- 1 раз в неделю. Заявленный тираж -- 7 тыс. экз. Цена -- BLR 500.

Единственная областная газета на белорусском языке. Газета очень дешевая и пользуется спросом в основном у пенсионеров и других малоимущих слоев населения.

6. «Брестские ведомости». Издается с ноября 1996 г. Периодичность выхода -- 1 раз в неделю. Заявленный тираж -- 5 тыс. экз. Цена -- BLR 1,5 тыс.

Газета -- печатный орган Либерально-демократической партии Беларуси, а ее учредитель -- председатель областного отделения ЛДПБ. Основная читательская аудитория -- воины-афганцы, члены Союза офицеров, отставные военные.

7. «Европейский перекресток». Издается с декабря 1996г. Периодичность распространения -- 1 раз в неделю. Заявленный тираж -- 15 тыс. экз. Цена -- BLR 2 тыс.

По определению редакции, «Европейский перекресток» -- еженедельная международная деловая информационно-рекламная газета. Учредитель издания -- редакционная коллегия. Но ходят слухи, что реальный хозяин «Европейского перекрестка» -- Управление делами президента Беларуси. Об этом говорят и заголовки редакционных статей, например -- «Инициатива управления делами президента РБ. Поможем выжить Беларуси!» (N7(8) от 22 - 28 февраля).

Существуют еще две брестские газеты, названия которых вы можете где-либо встретить, но их нельзя считать отдельными изданиями. Это «Варшавский мост» (вкладыш в газету «Вечерний Брест» с рекламными материалами от польских фирм) и «Радуга» -- рекламное приложение к газете «Заря».

КОГО ВЫБИРАЕТ РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

Сегодня рекламоносителями в Бресте можно считать четыре издания: «Брестский курьер», «Брестский рынок», «Вечерний Брест» и «Заря».

«Вечерний Брест» и «Заря» -- издания, в которых работа с рекламодателем практически не ведется. В обеих газетах она ограничивается службами приема рекламы, которые довольствуются «самоприходящими» клиентами.

Реальная и весьма ожесточенная борьба за рекламодателя ведется двумя брестскими изданиями -- «Брестским курьером» и «Брестским рынком».

Ситуацию с рекламой согласились прокомментировать редактор газеты «Брестский рынок» Сергей Сапон и руководитель рекламной службы газеты «Брестский курьер», директор рекламного агентства «Бекар» Артур Дунаев.

-- Вы работаете в основном с местными клиентами. Каков же он -- ваш брестский рекламодатель?

Сергей Сапон:

-- Рекламодатели «Брестского рынка» -- это в основном фирмы, желающие либо упрочить, либо расширить свое влияние на местном рынке. При этом отрадно отметить, что наши клиенты уделяют все больше внимания графическому оформлению своих реклам, постепенно отходят от принципа «больше текста на меньшей площади».

Артур Дунаев:

-- «Брестский курьер», кроме рекламных объявлений информационного характера, старается предлагать рекламодателям размещение рекламы и текстовых рекламных материалов, поддерживающих имидж фирмы. Не все рекламодатели понимают значение такой рекламы, но мы стараемся продвигать именно имиджевые проекты. Многие фирмы уже оценили их эффективность.

-- Насколько богат ваш рекламодатель?

Сергей Сапон:

-- Наш средний рекламодатель тратит на рекламу в «Брестском рынке» в среднем от $50 до $300 в месяц.

Артур Дунаев:

-- У нас этот показатель чуть повыше, в среднем выходит около $400. Правда, у нас и клиентов поменьше, чем в «Брестском рынке». Да мы и не стремимся к массовости.

-- В «Брестском рынке» и «Брестском курьере» большое внимание уделяется работе с клиентом. Каков процент «самоприходящих» клиентов и сколько удается привлечь благодаря менеджерам?

Сергей Сапон:

-- «Самотек» клиентов в «Брестский рынок» составляет около 50%, остальные дают рекламу благодаря профессионализму рекламных менеджеров. Наши менеджеры работают в основном с крупными клиентами, а «самотеком» приходят мелкие рекламные объявления, строчная реклама.

Артур Дунаев:

-- В «Брестском курьере» так называемый «самотек» составляет не более 5%. И даже когда рекламодатель приходит к нам самостоятельно, мы стараемся опекать его. У нас работает несколько рекламных менеджеров, они всегда подскажут, какую форму рекламы клиенту лучше выбрать, как спланировать график выхода рекламы в газете.

-- Каковы сильные стороны Ваших изданий, чем Вы в первую очередь привлекаете рекламодателей?

Сергей Сапон:

-- Очень сильная позиция «Брестского рынка» -- это тираж. 111 тыс. экземпляров -- достаточно много не только для Бреста, но и для страны. Рекламодателей устраивает наша форма распространения, а мы прислушиваемся к ним и стараемся следовать пожеланиям. Так, по инициативе наших рекламодателей «Брестский рынок» стал распространяться в Минске, мы думаем и о сотрудничестве с Польшей. У нас уже рекламируются и минчане, потому что относительные цены на рекламу в среднем в 2 раза ниже, чем в столице.

Стараемся думать и о дизайне газеты, и о ее наполнении. «Брестский рынок» -- издание рекламное, но мы печатаем программу телевидения, что обеспечивает присутствие газеты в квартирах брестчан по крайней мере в течение недели.

Артур Дунаев:

-- «Брестский курьер» не может похвастать таким большим тиражом, но нам он и не нужен. Газета рассчитана на своего читателя, ее знают и любят в Бресте, охотно покупают.

Наш сильный козырь -- сама газета, ее содержание. Издание пользуется авторитетом у горожан, газете доверяют. Своим рекламодателям мы предлагаем воспользоваться этим авторитетом для наработки собственного имиджа. Мы стараемся серьезно работать над рекламными текстами, предлагать нашим клиентам какую-либо изюминку в рекламе. При поддержке коммерческих фирм проводим конкурсы, лотереи, стараемся создать замкнутую связь между рекламодателями, читателями и газетой.

-- А конкуренция не мешает работать?

Сергей Сапон:

-- При такой жесткой конкуренции брестский рынок печатных изданий -- одна из самых быстроразвивающихся сфер бизнеса. К тому же мы -- издания -- всегда на виду. Видны и конкуренты, виден и результат работы. Это сложный, но поучительный и очень перспективный бизнес.

Артур Дунаев:

-- Брестский рекламный рынок еще не поделен, поэтому иногда видишь «своего» клиента в другом издании. И тогда становится обидно -- почему не у меня? Но рекламодателю наша конкуренция только на пользу. Она дает ему право выбора, которым он пользуется, и зачастую весьма активно.

СВОИ И ЧУЖИЕ

Недавно Брестским облисполкомом было принято «Положение о порядке размещения рекламно-информационной продукции в г.Бресте». Пункт 5.12. этого документа гласит: *«За рекламу, размещенную в средствах массовой информации (газеты «Вечерний Брест», «Брестский курьер» и «Брестский рынок»), налог уплачивается до 20-го числа месяца, следующего за отчетным, в размере 5% от суммы выручки, поступающей за размещение рекламы»*.

После его прочтения возникает несколько вопросов. Первый: почему в Бресте к средствам массовой информации власти причисляют исключительно газеты, причем только три городских издания? Второй: куда пойдут собранные 5% от выручки за рекламу и не получится ли так, что три независимых газеты, относящиеся к СМИ, будут теперь дотировать издание остальных газет, к СМИ не относящихся?

За помощь в подготовке данного обзорного материала автор выражает благодарность главному редактору газеты «Брестский курьер» Николаю Александрову.

ОБРАЗОВАНИЕ

КАК СТАТЬ ДИПЛОМИРОВАННЫМ РЕКЛАМИСТОМ

Отдел информации «БДГ»

В марте 1997 г. в Минске начинает работу Высшая школа рекламы. Это первый в Беларуси подобный проект в области высшего «рекламного» образования.

Задача школы -- подготовка специалистов с высшим образованием в области внешних маркетинговых коммуникаций (реклама, Public Relations, организация продаж, организация послепродажного обслуживания). Выпускники смогут работать на любом предприятии -- как в отделе маркетинга, рекламы, общественных связей, так и в отделе продаж или послепродажного обслуживания.

Обучение в школе платное. Производится на базе законченного высшего образования. Зачисление происходит на основе собеседования и тестирования. По окончании обучения, после написания дипломной работы и сдачи экзаменов выпускникам выдается диплом государственного образца по специальности «Рекламный менеджмент». Занятия планируется проводить три раза в неделю. Весь период обучения составит три семестра по пять месяцев каждый.

На базе школы будут созданы специализированная библиотека и научно-методический центр по подготовке специалистов в области маркетинга и рекламы.

Координаторами проекта выступили Савастенок Петр Николаевич (ИПК образования), т.227 86 52, Ольга Бобкова, т. 223 94 89

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

БЕЛАРУСИ РЕКЛАМИСТЫ НЕ НУЖНЫ

Отдел информации «БДГ»

Как стало известно «БДГ», в ближайшее время в столице Беларуси планирует открыть свой офис одно из самых известных мировых рекламных агентств Leo Burnett.

Наибольшую известность этому агентству принесла работа с компанией Philip Morris. Герой-ковбой из страны Marlboro да и сама «жесткая» пачка для сигарет этой марки -- изобретения именно этого рекламного агентства. Предположительно, руководителем белорусского бюро Leo Burnet станет довольно молодой рекламист Андрей Шпит, который в свое время организовал собственное рекламное агентство.

По непроверенным данным, еще несколько международных рекламных агентств присматривается к местным кадрам для выполнения представительских функций. Как правило, регистрации фирмы-резидента в Беларуси не происходит.

Приход авторитетных агентств на рынок -- закономерный процесс. Вместе с ними приходят и современные технологии управления рекламным бизнесом, а главное -- рекламные бюджеты их клиентов.

Однако благодаря усилиям «партии и правительства» белорусским рекламистам от этого пирога остаются только крохи. В нашу страну «ввозится» только та часть рекламных денег, которая необходима для оплаты размещения рекламы в СМИ. Комиссионные вознаграждения агентства остаются там, где для ведения бизнеса существуют более благоприятные условия.

Белорусские рекламисты в силу своей разобщенности не могут пока противостоять более опытным в ведении дел западным коллегам и последовательно отстаивать интересы именно отечественных рекламопроизводителей.

МОНИТОРИНГ

РЕКЛАМНОЕ ПРОСТРАНСТВО НА ТЕЛЕВИДЕНИИ ПОД КОНТРОЛЕМ ЗАПАДА!

Мы продолжаем публиковать данные ежемесячных исследований по объемам рекламы в различных средствах массовой информации. Сегодня мы представляем часть мониторинга рекламы на телевидении, который ведет рекламное агентство «Форте».

Рекламное агентство «Форте» подготовило обзор по торговым маркам (таблица 1), наиболее активно рекламируемым на белорусском телевидении в январе - феврале текущего года. Первое место удерживает торговая марка Dirol, рекламу которой белорусские зрители видели 307 раз. Ориентировочная сумма, в которую обошлась владельцам марки Dirol реклама на телевидении, -- $67 тыс. Такие расходы неизбежны, ведь сбыт жевательных резинок, как и прохладительных напитков, всегда напрямую зависит от рекламной поддержки. И действительно, в десятке наиболее рекламируемых торговых марок жевательные резинки и напитки занимают шесть позиций.

По-прежнему в десятке наиболее рекламируемых торговых марок -- Tiki-Ralis-Dar-Manija, рекламу которых производители совместили в одном ролике. Действенность такой рекламы весьма сомнительна.

Любопытно, что в числе наиболее рекламируемых торговых марок оказалась «Цевита» -- одна из немногочисленных белорусских торговых марок, присутствующих в телевизионной рекламе.

Наиболее активным рекламодателем (таблица 2) в январе - феврале текущего года на телевидении была компания Dandy Chewing Gum, производитель жевательных резинок Stimorol и Dirol. Не снижала объемов своей рекламы на территории Беларуси и компания Coca-Cola. Причины рекламной агрессии Coca-Cola достаточно прозрачны: зимой производители прохладительных напитков переживают сезонный спад, предотвратить который можно только с помощью рекламы. В ближайшее время, возможно, Coca-Cola увеличит объемы своей рекламы, поскольку на наш рынок намерен выйти их основной конкурент -- Pepsi-Cola.

Белорусская компания «Крыніца» умудрилась войти в пятерку наиболее активных рекламодателей. Ориентировочная стоимость рекламной компании «Крыніцы» в анализируемый период -- $39 тыс. Правда, неизвестно, оплачивала ли «Крыніца» свою телевизионную рекламу по общим для всех ставкам или в качестве единственного белорусского государственного предприятия получила скидки от БТ.

В текущем году на белорусском телевидении начали рекламироваться отечественные промышленные предприятия. Так, реклама Гродненского стеклозавода оценивается в $1760, «Беларуськалия» -- в $1110, Минского тракторного завода -- в $1110, авиаремонтного завода -- в $912, Минского завода шампанских вин -- $810, Белбакалеи -- в $660, Белнефтегаза -- в $660, подшипникового завода -- в $180. Между тем некоторые из этих предприятий сегодня находятся в тяжелом экономическом положении.

Наиболее рекламируемым на белорусском телевидении товаром (таблица 3) в январе - феврале текущего года была жевательная резинка. На третьем месте в этом рейтинге -- лекарства от простуды, что особенно странно, учитывая достаточно жесткие требования Министерства здравоохранения к рекламе медицинских товаров. Следует отметить, что впервые за достаточно долгий период в десятку наиболее рекламируемых товаров и услуг вошли гастроли певцов и прочих деятелей культуры из стран ближнего зарубежья. Неужели эта деятельность приносит доход, который позволяет проводить широкомасштабные рекламные кампании на телевидении? Хотя, скорее всего, речь идет о так называемом медиа-спонсорстве, когда телепрограмма или радиостанция получает эксклюзивные права на освещение приезда эстрадной звезды, а в ответ обязуется размещать у себя рекламу выступления этого артиста. В целом же активнее всех в анализируемый период рекламировались продукты питания: жевательная резинка, напитки газированные, шоколад и кофе. В нынешнем году на белорусском телевидении присутствовала и социальная реклама. Ее содержание свидетельствует о том, что больше всего белорусские власти беспокоит проблема профилактики СПИДа и поломки лифтов. Достаточно слабо в эти два месяца рекламировались товары, лидирующие по объемам рекламы в соседних странах: автомобили, бытовая техника и компьютеры. Это говорит лишь о том, что мировые производители такой продукции оценивают платежеспособность среднего белоруса как крайне низкую.

Таблица 1. Общий обзор по торговым маркам (Телевидение с 01.01.1997 по 28.02.1997)

Название	Выходов	Объем	Сумма ($)
1. Dirol	307	6726	67680
2. Coca-Cola	211	6335	60690
3. Orbit	255	5250	48084
4. Stimorol	201	4890	37641
5. Monterrey	87	3365	30450
6. Tylenol Cold	83	2890	27585
7. Fanta	94	2690	27395
8. Wrigley	98	2940	27163
9. Nazol	50	1522	17800
10. Tiko-Ralis-Dar-Manija	51	2040	16690
11. Karuna	37	1665	16074
12. Mamba	51	1020	15720
13. Gillete Sensor	56	1680	14832
14. Sprite	39	1170	12653
15. Doppel herz	67	1015	12408
16. Galina Blanca	45	1026	11995
17. Wikinson	39	1170	11881
18. Kinder Surprise	37	1110	10960
19. Московская юморина '97	55	3008	10520
20. Gillette SensorExcel	43	1290	10453

Таблица 2. Общий обзор по рекламодателям (Телевидение с 01.01.1997 по 28.02.1997)

Название	Выходов	Объем	Сумма ($)
1. Dandy Chewing Gum	513	11779	106680
2. Coca-Cola	344	10195	100738
3. Wrigley's	353	8190	75247
4. Kraft Jacobs Suchard	143	5355	49339
5. Крыницы	186	3498	39695
6. Tres Montes	98	3677	32350
7. Ferrero	100	3135	28690
8. Johnson & Johnson	83	2890	27585
9. Procter & Gamble	104	5569	26052
10. Gillette	93	2790	23696
11. Samsung	91	2730	23091
12. Van Melle	90	2720	19245
13. Sagmel	50	1522	17800
14. Эструс	87	4920	16537
15. Hershey's	72	1965	16459
16. Storck	51	1020	15720
17. Colgate-Palmolive	32	965	12662
18. Asta Medica	67	1015	12408
19. Preparados Alimenticos	45	1026	11995
20. Wilkinson Sword	39	1170	11881

Таблица 3. Общий обзор по товарам (Телевидение с 01.01.1997 по 28.02.1997)

Название	Выходов	Объем	Сумма ($)
1. Жевательная резинка	859	19934	181322
2. Напитки газированные	354	10385	101453
3. Лек-во от простуды	117	3448	35862
4. Бритвы	132	3960	35577
5. Шоколадные батончики	111	3740	30834
6. Кофе растворимый	87	3365	30450
7. Гастроли	131	7264	27818
8. Конфеты жевательные	99	2480	24745
9. Шоколад	68	2565	24194
10. Напитки растворимые	94	2249	20942
11. Конфеты освежающие	76	2200	18630
12. Лек-во от насморка	50	1522	17800
13. Новогоднее поздравление	91	1208	16926
14. Кофе	49	1360	16835
15. Шоколадные яйца	45	1350	12720
16. Биостимулятор	67	1015	12408
17. Супы растворимые	45	1026	11995
18. Автомобили легковые	95	1412	11622
19. Пиво	49	855	11543
20. Мыло	39	1953	10797

ПРОИЗВОДСТВО

ЧТО СТАЛО С ФЛАГМАНОМ РЕКЛАМЫ?

Виктор МАРТИНОВИЧ

Предприятие «Белторгреклама» в свое время было флагманом белорусской советской рекламы. Большинство субъектов хозяйствования, имевших во времена Советского Союза подобный статус, сегодня оказались положенными «на лопатки». Ситуация в «Белторгрекламе», однако, не столь удручающая.

Изготовлением рекламы в БССР занимались 4 структуры: «Белторгреклама», отдел рекламы «Белкоопсоюза», управление рекламы при Министерстве бытового обслуживания, Агентство по торговой рекламе. На рынке рекламных услуг (если это можно было назвать рынком) «Белторгреклама» занимала своеобразную нишу -- оформление предприятий торговли и общественного питания. Специалисты предприятия предоставляли услуги по изготовлению наружной рекламы, оформлению витрин, производству и поставке торгово-технологического оборудования. Кроме того, «Белторгреклама» обладала собственным печатным центром, позволявшим делать упаковочные коробки, бланки, плакаты и приглашения.

Потребители тогда были крайне неприхотливы, и потому полноцветная продукция, изготовленная специалистами «Белторгрекламы» на одноцветном оборудовании офсетной и высокой печати, активно закупалась промышленными предприятиями республики и всего СССР. Впрочем, в те времена весь спектр услуг, предоставляемых «Белторгрекламой», пользовался повышенным спросом. Например, до 1985 года предприятие было загружено заказами на год вперед.

Однако времена незамысловатой рекламы и неприхотливых потребителей прошли. Сегодня «Белторгреклама» продолжает работать по нескольким основным направлениям: производство визуальной и газосветной рекламы, изготовление полиграфической продукции. В области полиграфии потенциал «Белторгрекламы» остался крайне небольшим. Сегодня, когда самое «среднее» частное полиграфическое предприятие обладает хотя бы двухцветной техникой, «Белторгреклама» изготовляет бланки, афиши, плакаты, упаковочные коробки, брошюры и журналы по старинке -- на одноцветных офсетных машинах. С одной стороны, наличие маломощной одноцветной техники позволяет этому предприятию привлекать заказы на изготовление небольших тиражей продукции, требования к качеству которой не слишком высоки. Тем не менее заказчики отдают предпочтение предприятиям, для которых полиграфия является единственной сферой деятельности. Средств же на обновление своей полиграфической базы «Белторгреклама» не имеет.

Несколько успешнее предприятие работает в сфере производства визуальной рекламы. Как и в области полиграфии, в этом сегменте рекламного рынка действует достаточно много частных фирм. Однако в отличие от них «Белторгреклама» обладает собственным цехом по производству наружной рекламы. Более того, некоторые рекламные агентства сегодня размещают заказы на площадях этого государственного предприятия.

Не меньший потенциал сохраняет «Белторгреклама» и в области изготовления газосветной рекламы. В свое время специалистами предприятия была изобретена и запатентована уникальная технология производства вакуумных постов (оборудования для изготовления неоновых ламп). Несмотря на то, что сегодня на белорусском рынке появились альтернативные западные технологии, изобретение «Белторгрекламы» по-прежнему привлекает внимание специалистов благодаря своей дешевизне. Вакуумные посты предприятия пользуются высоким спросом в России и за пределами СНГ. Подписан контракт на поставку 10 установок белорусского производства канадской фирме «Арт Неон».

Несмотря на сложность обстановки на предприятии, некоторые моменты позволяют надеяться на возрождение «Белторгрекламы». Во-первых, стоимость ее основных фондов сегодня оценивается в BLR 10 млрд., что несопоставимо с аналогичными показателями конкурентов. Во-вторых, до конца 1997 года это государственное предприятие должно получить статус открытого акционерного общества. Специалисты считают, что если этот процесс будет сопровождаться разукрупнением предприятия, то у «Белторгрекламы» появится шанс возродить свой «флагманский» статус.

НОВОСТИ

МИНСКИЙ ЗАВОД АКТИВИЗИРУЕТ РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Отдел информации «БДГ»

На Минском автомобильном заводе вплотную приступили к работе по организации Центра общественных связей. Начало ей положено осенью прошлого года, когда были проведены вторичные маркетинговые исследования и опрос фокус-группы потребителей продукции завода.

Целью исследования являлось уточнение позиции МАЗа по отношению к конкурентам и выявление проблем с продвижением торговой марки «МАЗ» на основном рынке сбыта -- российском. Результаты исследований легли на стол руководства, и только после их изучения с авторами был проведен предметный разговор о дальнейшем сотрудничестве.

Организационно Центр общественных связей еще до конца не оформлен, хотя это не сказывается на его активности. Внешне наиболее заметны пока усилия центра в работе с прессой, в том числе российской.

За короткий срок налажены контакты со всеми специализированными автомобильными изданиями России и Беларуси.

В декабре 1996 года в ходе соревнований по спортивному триалу в подмосковном городе Бронницы руководство МАЗа провело пресс-конференцию, что само по себе стало событием. В результате в российской автомобильной прессе прошла серия материалов о заводе и его продукции.

Положено начало конкурсу на лучшее название моделей грузовиков. Современному потребителю продукции сложно ориентироваться в пяти-семизначных цифровых кодах. Особую надежду на МАЗе возлагают в этом плане на журналистов, маркетологов, литераторов и филологов, чьи профессиональные знания могли бы очень пригодиться. Авторы лучших названий получат ценные призы стоимостью, выраженной цифрой в иностранной валюте «с двумя, а то и с тремя нулями».

Сегодня очевидно, что МАЗ предпочитает «лобовым» рекламным действиям более тонкую работу с общественным мнением. Новая команда руководителей государственного завода-гиганта демонстрирует готовность использовать вполне рыночные, современные и гибкие инструменты маркетинговой политики.

РЕКЛАМА И ОБЪЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

ЗА ПАТЕНТОМ — КАК ЗА КАМЕННОЙ СТЕНОЙ

Юрий МАНИЛОВ,
патентный поверенный Республики Беларусь

К объектам промышленной собственности относятся изобретения, дизайнерские разработки, товарные знаки и т.д. При выполнении специальных процедур (имеется в виду подача специальной заявки и ее экспертиза при условии уплаты пошлин) эти объекты могут получить исключительную охрану (патентом или свидетельством), которая позволяет владельцу использовать охраняемый объект по своему усмотрению и включает право запрещать его использование другими лицами.

Такая система существует более ста лет, она закреплена национальными законами большинства стран мира и международными договорами. В соответствии с ней нарушением исключительного права оказываются не только изготовление, применение, ввоз и продажа без разрешения владельца охраняемого объекта. Права владельца нарушает и ПРЕДЛОЖЕНИЕ К ПРОДАЖЕ, т.е. обычная реклама. По требованию владельца это нарушение должно быть пресечено, а лицо, виновное в нем, обязано возместить причиненные убытки.

Возмещение убытков изготовителя товаров может оказаться для рекламного агентства непосильным. Поэтому подготовка материалов должна учитывать возможность контроля и предотвращения нарушений.

После регистрации охраняются и фирменные наименования, указания и наименования мест происхождения. Применение в рекламе признается их использованием.

Недобросовестная конкуренция -- это действия, которые противоречат честным обычаям в промышленных и торговых делах. Недопустимы действия, утверждения или указания, способные вызвать смещение или дискредитацию конкурента, его предприятия, товаров или деятельности. Подлежат запрету указания такого же рода, касающиеся своей продукции.

РЕКЛАМА И ИЗОБРЕТЕНИЯ (ДИЗАЙН)

Завоевывая рынок, клиент широко сообщает о своем товаре в статьях, брошюрах, буклетах и т.п. Это может помешать ему получить патенты на изобретения или промышленные образцы (дизайн) по заявкам, поданным позднее, и запретить с их помощью работу конкурента. Скопировать выгодный товар всегда проще, чем придумать.

Рекламному агентству публикация не грозит ничем. Только заботой о клиенте следует руководствоваться при проверке патентов на упомянутые в рекламе объекты. В готовом материале можно предусмотреть запись «Патентуется» или «Запатентовано», «Патент РБ N...».

РЕКЛАМА И ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Использование лозунгов, ярких выражений, слов, картинок в рекламе -- обычное явление. Однако применение чужих товарных знаков влечет за собой санкции. Поэтому надо тщательно следить за тем, чтобы не нарушить чужие права. Пользуясь предложениями клиента или рекомендуя ему свои варианты, убедитесь, что исключительные права в отношении обозначений и конкретных товаров принадлежат клиенту. Отсутствие охраны, даже если все заявки поданы, вовсе не означает, что права не принадлежат другим лицам и не будут нарушены рекламой.

Товарный знак в рекламном тексте должен выделяться. Это делают буквами, кавычками, цветом, курсивом и т.п. За товарным знаком обязательно должно стоять указание (или слово) «Зарегистрирован в РБ». Такой значок применяется в отношении зарегистрированного знака. В ряде стран оговорено, что по иску о нарушении нельзя рассчитывать на возмещение убытков, если такое указание не использовано. Поэтому важно подать заявку на регистрацию товарного знака сразу же после принятия решения об использовании его в торговле. Это необходимо для того, чтобы не дать возможности зарегистрировать (в т.ч. «друзьям») идентичный знак на идентичные товары.

Санкции суда в отношении нарушителя могут быть следующими:

-- требование о прекращении дальнейшего использования;

-- требование об удалении с товара (упаковки) знака или его уничтожении (вплоть до уничтожения товара);

-- возмещение в полном объеме убытков владельца (а возможно, и возмещение убытков лицензиата).

Под убытками подразумеваются:

-- расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно произвести для его восстановления;

-- утрата или повреждение имущества (реальный ущерб);

-- неполученные доходы, которые лицо получило бы, если бы его права не были нарушены (упущенная выгода). Имеются в виду затраты, связанные с переменой знака, скомпрометированного нарушителем; расходы на дополнительную рекламную. кампанию; стоимость разъясняющих публикаций. Упущенная выгода связана со снижением доходов из-за действий ответчика.

Кроме того, в результате неверных действий (пусть даже неумышленных) возможно наступление административной и даже уголовной ответственности.

КОНСУЛЬТАЦИЯ

АВТОРСКОЕ ПРАВО В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Светлана ДУХАН, вице — президент Белорусского общества защиты авторов

Прежде традиционно считалось, что авторское право имеет отношение только к писателям, поэтам, композиторам, издателям и т.д. Развитие рыночных отношений и появление такой области бизнеса, как реклама, ниспровергает это устоявшееся мнение. Незнание норм законодательства об авторском праве может дорого стоить и рекламодателю, и рекламисту. А незнание, как известно, не освобождает от ответственности.

За всю историю существования в Гражданском кодексе раздела «Авторское право» у нашего населения (как и у авторов и пользователей) так и не появилось понимания того, что же такое исключительная природа авторского права. Из-за государственного непонимания исключительной природы авторского права мы не могли присоединиться к международным конвенциям.

Исключительная природа -- это монополия обладателя авторского права на использование произведения. Лишь сейчас законодательство позволяет отчуждать имущественные права автора. Ранее все сводилось к пониманию неотчуждаемости произведения от автора и, как следствие, появлению «разрешительной системы» (автор лишь разрешает использовать свое произведение за вознаграждение). И эта система удовлетворительно работала, потому что не было конкуренции и не требовалось никакого исключительного правообладателя.

В соответствии с новым законом передаваемость исключительных прав отвечает интересам авторов и пользователей, которые желают привлечь зрителей, читателей, покупателей, укрепить свои позиции на рынке.

Ст.5 Закона «Об авторском праве и смежных правах» (Ведомости ВС РБ N 20 1996 г.) предусматривает: *«Авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческой деятельности, независимо от назначения и достоинства произведения, а также способа их выражения»*.

Произведение -- это творческая мысль, ставшая реальностью. В самом законе признак творчества не раскрывается: это нечто качественно новое и отличающееся неповторимостью, оригинальностью и уникальностью.

Доказать, что новое произведение не является оригинальным, часто бывает сложно (особенно когда оно бессовестно «содрано» и изменена лишь какая-то незначительная часть), но для этого существуют эксперты с субъективным мнением. Вопрос творческого характера произведения подлежит доказыванию.

СОЧИНИЛ -- ЗАПИШИ!

Для того чтобы творческий результат приобрел общественную значимость и характер объекта авторского права, он должен быть воплощен в какой-либо объективной форме:

-- письменной (рукопись, машинопись, нотная запись);

-- устной (публичное произнесение, публичное исполнение и т.д.);

-- звуко- или видеозаписи (механические, цифровые, оптические);

-- изображения (рисунок, эскиз, картина) или в другой форме.

Таким образом, произведение должно существовать в форме, отделенной от личности автора и приобретшей самостоятельное бытие.

Например. Бородин создал оперу «Князь Игорь», сыграл ее, но записать не успел. Композитор скончался. Однако произведение слышали его ученики -- Глазунов и Римский-Корсаков. Благодаря ученикам, которые по памяти восстановили произведение, опера дошла до нас. Конечно, сложно защитить подобные произведения (особенно от искажения), незафиксированные, но публично исполненные, например -- произнесенные речи, лекции, доклады. Но в принципе такая защита может быть обеспечена.

В рекламе объектами авторского права являются:

-- произведения науки: отчеты о маркетинговых и других исследованиях, медиа-планы, базы данных, программы для ЭВМ;

-- произведения литературы: проза, периодика, статьи, сборники, сценарии, в том числе рекламных кампаний, листовки, слоганы, рекламные девизы;

-- произведения искусства: изобразительного (живопись, графика, логотипы, дизайн, фото), музыкального, аудиовизуального (кино-, теле-, видеофильмы, аудио- и видеоролики).

ИСПОЛНИТЕЛЬ ТОЖЕ ИМЕЕТ ПРАВО

Особо стоит отметить такое нововведение в правовом пространстве, как смежные права. Артисты-исполнители способствуют успеху произведения, показывая его во всем блеске, но... ничего не создают. Наконец-то закон защищает и права исполнителей (артистов, производителей фонограмм и вещательных организаций).

Объекты смежных прав:

-- права исполнителей;

-- права производителей фонограмм;

-- права организаций эфирного и кабельного вещания.

Организации эфирного и кабельного вещания себя не обидят, но бедные, нищие артисты, как правило, оказываются забытыми. А ведь по закону к ним нужно идти «на поклон» и спрашивать разрешение на право использования именно ими озвученного, исполненного произведения. В противном случае артист всегда докажет, что это произведение он исполнил. Пользователь не сможет доказать, что у него было разрешение, что он не причинил морального вреда и не нарушил имущественных прав исполнителя.

КОГДА ВОЗНИКАЕТ ПРАВО У АВТОРА

Ст.8 закона предусматривает: *«Авторское право на произведение науки, литературы и искусства возникает в силу факта его создания. Для возникновения и осуществления авторского права не требуется соблюдение формальностей»*.

Белорусский законодатель направляет основной поток авторов на регистрацию своих прав в уполномоченный центральный орган управления Республики Беларусь, который выдает свидетельства о регистрации прав автора и его произведения. Правда, норма сформулирована так: «может», но не должен. Но автор с нашим менталитетом обязательно побредет «соблюдать формальность» -- регистрироваться в официальном реестре. Хотя презумпцию авторства можно установить и другими многочисленными способами. Например, можно послать себе бандероль с собственным произведением и не вскрывать ее до худших времен. Или у нотариуса удостоверить факт создания произведения (копия всегда остается у нотариуса). Или кто-то в цивилизованной стране с законопослушным населением уже опубликовал ваше произведение с оповещением ваших прав...

Самым существенным моментом является то, что автор -- всегда физическое лицо.

ПРАВА БЫВАЮТ РАЗНЫЕ

Авторские права состоят из личных неимущественных и имущественных.

Личные неимущественные права:

-- право авторства. Право признаваться автором произведения (если произведение создано Ивановым, значит, только он считается автором этого произведения);

-- право на имя. Право использовать произведение под именем автора, под псевдонимом или анонимно (и если наш Иванов захотел анонимно опубликовать свое произведение, но редактор «забыл» и опубликовал произведение под именем Иванова -- налицо нарушение неимущественных прав автора на имя);

-- право на обнародование, включая право на отзыв (при условии возмещения убытков);

-- право на защиту произведения от всякого искажения, способного нанести ущерб чести и достоинству автора.

Имущественные права автора:

-- исключительные права на пользование произведения в любой форме любым способом. Исключительные права автора на использование произведения означают право осуществлять или разрешать следующие действия:

-- воспроизводить. Т.е. фиксировать произведение на материальный носитель;

-- распространять. Введение экземпляров произведения в гражданский оборот, прежде всего путем продажи и т.д.;

-- импортировать. Импорт экземпляров произведения, т.е. пересечение экземплярами произведения границы РБ и распространение. Импортируемые экземпляры произведения ставятся под контроль автора не в связи с изготовлением, а в связи с их последующим распространением как путем транзита через страну, так и путем импорта и распространения в определенной стране;

-- публично показывать. Скорее всего, это право относится к необнародованным произведениям либо ограничивается случаями коммерческого, возмездного публичного показа. Если же лицо приобрело оригинал картины или экземпляр журнала, оно не может затем публично показывать его, потому что на это требуется согласие владельца авторских прав. Однако ввиду отсутствия судебной практики благоразумнее в авторском договоре оговорить право публичного показа произведения;

-- публично исполнять произведение. Ранее господствовало тотальное (концертное, театральное) исполнение произведений без получения от автора согласия, но с выплатой ему вознаграждения;

-- сообщать произведения для всеобщего сведения путем передачи в эфир. Ранее действовала ст. 492 ГК, которая допускала свободное бесплатное использование произведения на радио и телевидении. Это препятствовало вступлению в Бернскую конвенцию и сводило на нет охрану авторских прав при социалистическом режиме. Сейчас радио- и телевизионные передачи должны по-новому строить договоры с отдельными авторами, а также обладателями авторских прав;

-- право на сообщение для всеобщего сведения по кабелю аналогично с предыдущим правом с разницей лишь в наименовании юридических лиц, осуществляющих это сообщение по кабелю;

-- право на перевод. Если пользователь желает не только использовать оригинал, но и перевести его, понести все затраты и распространить переводной оригинал с соблюдением прав переводчика;

-- право на переработку аналогично предыдущему праву на перевод.

Любое имущественное право может быть разделено на части по числу экземпляров, по числу исполнений, по времени действия права и т.д.

Закон также дает дополнительное имущественное право -- право реализации дизайнерского, архитектурного, градостроительного и садово-паркового проектов. Под проектами понимаются рисунки, чертежи, макеты, фотографии макетов, а также прилагаемые к ним описания и пояснения. Дизайнерские проекты -- это проекты, относящиеся к художественно-конструкторским работам, к внешнему оформлению промышленных изделий и т.п. Авторы этих проектов могут разрешить или запретить создание в натуре образца промышленного изделия, здания, города, парка с определенной планировкой.

Использование произведения без согласия автора (кроме случаев, определенных главой 3 Закона «Об авторском праве и смежных правах») является контрафакцией.

Обиженный автор или обладатель исключительного права (любого из перечисленных выше) вправе требовать:

-- признания прав;

-- восстановление положения, существовавшего до нарушения прав;

-- пресечения действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения;

-- возмещения убытков, включая упущенную выгоду;

-- взыскания дохода;

-- выплаты компенсации в сумме от 10 до 50 минимальных заработных плат.

Также можно обеспечить иск путем запрещения ответчику совершать определенные действия (изготовлять, воспроизводить, продавать, импортировать или совершать иное действие по использованию произведения); наложить арест на контрафактные произведения, а также на материалы и оборудование, предназначенные для изготовления контрафактных произведений.

Мы, члены Белорусской организации защиты авторов, прекрасно осознаем, какой путь придется пройти, чтобы пробудить сочувствие к делу авторского права, добиться признания его справедливости, преодолеть инертность самих авторов и заставить пользователей чтить, уважать и материально вознаграждать творцов.

ПРАКТИКА

ИДЕЯ КАК ВЕЩЕСТВЕННОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО

Андрей ТИТОВ, юрист

С момента вступления в силу Закона РБ «Об авторском праве и смежных правах» авторский договор в авторских правоотношениях приобрел первостепенное значение. Связано это с тем, что объекты авторского права активно включились в гражданский оборот.

Закон определил исключительную природу прав автора как монополию обладателя авторского права на использование произведения. Такое определение по сравнению с советским авторским правом стало революционным, так как согласно последнему термин «исключительность» толковался как невозможность отделения прав от их обладателя и соответственно невозможность их отчуждения.

Существенно изменилась и природа правоотношений в области авторского права. Новое законодательство об авторском праве исходит из принципа свободы волеизъявления сторон при заключении авторского договора. Однако, несмотря на наличие такой свободы, заключение авторского договора требует соблюдения ряда условий.

Существует известная формула: если у тебя есть яблоко и у меня есть яблоко и мы обменялись ими, то у каждого из нас будет по яблоку; если же у тебя есть идея и у меня есть идея и мы обменялись ими, то у каждого из нас будет по две идеи. В этом и заключается разница между правом на вещи и авторским правом -- на объекты интеллектуальной собственности. Ключевым положением в авторском договоре является именно передача прав. То есть если авторское произведение (например, рекламный видеоролик) передается на каком-либо материальном носителе, то передача прав на использование произведения регулируется нормами авторского права, передача же материального носителя -- нормами гражданского права.

Закон содержит ряд условий, соблюдение которых необходимо для возникновения конкретных прав и обязанностей у сторон авторского договора.

ФОРМА ЗАКЛЮЧЕНИЯ АВТОРСКОГО ДОГОВОРА

Передача имущественных прав может осуществляться только по авторскому договору. В соответствии со ст.26 закона авторский договор должен быть заключен в письменной форме. В устной форме заключение авторского договора возможно лишь в отношении периодической печати. Причем согласно закону все права, не переданные по авторскому договору, считаются непереданными. Иными словами, какие бы отношения ни существовали между автором произведения и пользователем такого произведения, если не соблюдена письменная форма авторского договора -- сделка не состоялась.

СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ АВТОРСКОГО ДОГОВОРА

В соответствии с законом авторский договор в обязательном порядке должен содержать следующие условия:

-- способ использования произведения (в авторском договоре должны быть указаны конкретные имущественные права, передаваемые по договору);

-- срок и территория, на которые передаются права;

-- размер авторского вознаграждения и порядок определения его размера;

-- порядок и сроки выплаты вознаграждения;

-- другие условия, которые стороны сочтут необходимыми.

Следует обратить внимание, что эта норма содержит юридическую неточность, которая может привести к неблагоприятным последствиям. Дело в том, что ст.158 Гражданского кодекса РБ предусматривает: *«Договор считается заключенным, когда между сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям. Существенными являются те пункты договора, которые признаны таковыми по закону или необходимы для договора данного вида»*. То есть подмена понятия «существенности» понятием «необходимости» может привести к признанию сделки несостоявшейся. Для выхода из сложившейся ситуации проще всего внести в авторский договор пункт примерно такого содержания: *«Условия пунктов (таких-то) стороны признали существенными»*.

ПОРЯДОК ПЕРЕДАЧИ ИМУЩЕСТВЕННЫХ ПРАВ

По авторскому договору могут передаваться как исключительные, так и неисключительные права на использование произведения. Соответственно авторский договор может быть двух видов: о передаче исключительных прав и о передаче неисключительных прав. Какая между ними разница?

Исключительный характер передачи авторских прав подразумевает использование произведения определенным способом, в пределах, установленных договором, и только лицом, которому эти права передаются. Такое лицо получает право запрещать подобное использование произведения другим лицам. Причем согласно закону *«права, передаваемые по авторскому договору, считаются неисключительными, если в договоре прямо не предусмотрено иное»*.

В авторском договоре могут быть предусмотрены пункты, согласно которым передаваемые права могут быть прямо названы исключительными (например: *«Продавец продал, а Покупатель купил следующие исключительные права»* или *«Все права, переданные по договору, считаются исключительными»*). Соблюдение этих условий очень важно, поскольку при наличии любых сомнений переданные права будут считаться неисключительными.

Однако термин «исключительное право» не означает, что произведение всецело принадлежит лицу, приобретшему права. Согласно закону в авторском договоре определяются способы и пределы использования произведения. То есть авторский договор о передаче исключительных прав может предусматривать, что наряду с покупателем -- владельцем исключительных прав -- могут существовать и другие владельцы, но уже неисключительных прав. Например, таковыми могут быть третьи лица, которым автор ранее уже передал неисключительные права.

Кроме того, возможна ситуация, при которой автор оставляет часть исключительных прав за собой. Стороны авторского договора также могут договориться о том, что исключительное .право на тот или иной способ использования в определенных договором пределах делится между продавцом и покупателем поровну. То есть стороны становятся совладельцами этого права, в дальнейшем они будут совместно пользоваться и распоряжаться им.

Авторский договор о передаче неисключительных прав предусматривает, что приобретенные права являются относительными, действуют только по отношению к продавцу и не дают покупателю никаких прав на пресечение использования произведения третьими лицами.



Автора!

Авторский договор может иметь и смешанную природу: некоторые права могут быть переданы как исключительные, некоторые -- как неисключительные.

Как видно, тщательное документирование передачи авторских прав является характерной чертой использования объектов, охраняемых авторским правом. Закон предусматривает, что авторский договор регламентирует возникшие правоотношения между автором как первоначальным обладателем прав и пользователем произведения. Тем не менее это не означает, что дальнейшие правоотношения, связанные с использованием произведения, не должны быть документально урегулированы. Более того, с каждой передачей произведения правоотношения усложняются. Это связано с тем, что произведение, будучи нематериальным объектом, может использоваться неограниченным кругом лиц, не подается физическому износу и т.д.

Попытаемся смоделировать несколько возможных проблемных ситуаций, от возникновения которых не застрахован ни директор рекламного агентства, ни автор, работающий в его стенах, ни рекламодатель.

СИТУАЦИЯ 1. РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО -- АВТОР РЕКЛАМНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Зачастую произведения рекламного характера появляются в системе самого рекламного агентства, т.е. создаются его работником. С точки зрения правового статуса такое произведение может быть определено как созданное в порядке служебного задания. По закону авторское право на него принадлежит автору (т.е. конкретному физическому лицу, к примеру -- художнику-дизайнеру), а право на его использование -- рекламному агентству, но при условии, если между ним и автором заключен авторский договор (в данном случае -- договор на создание произведения в порядке служебного задания).

Казалось бы, зачем нужен авторский договор, если между нанимателем и автором заключен трудовой договор и последний получает за свой труд заработную плату? Однако между трудовыми и авторскими правоотношениями существует огромная разница, которая связана в первую очередь с объемом прав и обязанностей сторон. Если выполнение определенных трудовых функций можно достаточно четко регламентировать, то создание произведения -- процесс, на который трудно влиять.

По авторскому договору рекламное агентство получает все имущественные права и автоматически становится собственником произведения (либо совладельцем, если автор пожелает оставить некоторые имущественные права за собой). При этом агентство обязано следить за соблюдением личных неимущественных прав автора.

Теперь представим ситуацию, когда авторского договора между рекламным агентством и автором - штатным сотрудником не существует. Автор вышел за рамки своих трудовых обязанностей и создал шедевр рекламного искусства. Как уже говорилось выше, все права, не переданные по авторскому договору, считаются непереданными, т.е. всеми исключительными правами обладает лицо, создавшее произведение.

Но ведь автор -- штатный сотрудник. И как разграничить выполнение трудовой функции и определенный соглашением сторон творческий процесс, приведший к созданию произведения? В такой ситуации спор неизбежен.

Вот два практических совета, следование которым позволит исключить такие ситуации:

1. Можно внести в трудовые договоры или контракты соответствующие условия, которые содержали бы вопросы передачи исключительных прав на произведение, созданное в порядке служебного задания.

2. Можно составить отдельные авторские договоры на создание произведения в порядке служебного задания. В этом случае договор должен содержать следующие существенные условия:

-- способы использования произведения, которые обязательно должны быть обусловлены целью задания;

-- вопросы о выплате авторского вознаграждения.

Кроме того, автор может предусмотреть ограничение права на использование своего произведения.

Нередко в создании произведения участвует коллектив авторов (к примеру, в съемке видеоролика). В этом случае пользователь заключает договор на создание произведения в порядке служебного задания с коллективом авторов.

Кроме того, создатели коллективного произведения могут заключить письменное соглашение, регулирующее взаимоотношения между ними. Согласно закону *«авторское право на произведение, созданное совместным трудом двух или более лиц, принадлежит соавторам совместно, независимо от того, образует ли такое произведение одно неразрывное целое или состоит из частей, каждая из которых также имеет и самостоятельное значение»*.

Наличие такого соглашения особенно важно, когда соавторство неделимо, т.е. произведение составляет единое целое и использование его частей невозможно. В соглашении могут быть определены условия осуществления авторских прав. Например, соавторы могут поручить ведение своих общих дел одному лицу, договориться о принципах распределения вознаграждения, о порядке обозначения имен авторов и т.д.

Следует обратить внимание, что о соавторстве может идти речь только в том случае, если при создании произведения имел место творческий момент. Если же один человек создавал произведение, а второй давал ему указания либо оказывал техническую помощь, то соавторство не возникает.

СИТУАЦИЯ 2. РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО -- РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

Часто изготовитель рекламного произведения одновременно принимает на себя обязанности по проведению рекламной кампании.

При такой схеме взаимоотношений рекламного агентства и рекламодателя возникают два вида правоотношений:

-- по изготовлению рекламного произведения;

-- по проведению рекламной кампании.

Эти правоотношения близки по практическому применению, но абсолютно различны по правовой природе. Многие рекламодатели уже оказывались в ситуации, когда по окончании рекламной кампании в ответ на просьбу продать или передать рекламный материал слышали: «Извините, но это собственность рекламного агентства». С точки зрения рекламного агентства это хорошо, поскольку клиент, дабы больше не тратиться на производство рекламного материала, придет к нему и во второй, и в третий раз. Но с точки зрения рекламодателя... Во избежание таких ситуаций при заключении сделки следует документально фиксировать оба вида правоотношений.

Нельзя не упомянуть здесь и случаи, когда изготовитель рекламного произведения заимствует понравившийся ему материал из другого произведения. Это облегчает труд, но чревато неприятностями: такое заимствование неправомерно, т.к. нарушает авторские права лица, которому принадлежит позаимствованное произведение.

Если при создании собственного произведения вам непременно хочется позаимствовать чужое, то лучше не полениться и разыскать его автора. В противном случае автор, имеющий по закону право на защиту произведения от всякого искажения, способного нанести ущерб его чести и достоинству, может взыскать с нарушителя своих прав моральный ущерб. Конечно, едва ли наследники усопшего Роя Орбиссона поедут в Беларусь и станут судиться на предмет несанкционированного использования в рекламных целях песенки «Pretty woman», а вот Юрий Антонов может сделать это запросто.

Поэтому на «авось, пронесет» лучше не надеяться, тем более что получение разрешения на использование произведения российского автора займет совсем немного времени. Стоит лишь обратиться в Российское авторское общество, занимающееся коллективным управлением имущественными правами авторов, и считайте, что лицензия на использование произведения в рекламных целях -- у вас в кармане.

Более того, если изготовитель при создании собственного произведения неправомерно использовал чужое, то пострадает в первую очередь рекламодатель и его деловая репутация. Ведь автор, обращаясь за защитой в суд, не станет тратить время на поиски первоначального нарушителя своих прав и лишь потом, уплатив все штрафные санкции, обратится в суд в порядке регресса за защитой своих интересов с иском к нерадивому рекламопроизводителю.

Во избежание таких ситуаций следует придерживаться одного простого правила -- соблюдать авторские права. А для получения дополнительных гарантий в договор, который регламентирует создание рекламного произведения, целесообразно внести пункт, гарантирующий, что ничьи авторские права при таком создании не нарушены.

СИТУАЦИЯ 3. РЕКЛАМОДАТЕЛЬ -- РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЬ

При взаимоотношениях рекламного агентства, действующего от имени рекламодателя, с рекламораспространителями соблюдение норм авторского права дает рекламодателю огромные преимущества. Указание в договоре о размещении рекламы на то, что рекламное произведение является объектом авторского права, автоматически дает такому рекламному материалу защиту, предусмотренную авторским правом. Например, рекламораспространитель не вправе как-либо искажать (сокращать, менять местами и т.д.) рекламное произведение, разрешать третьим лицам использовать его и т.д. В противном случае рекламораспространитель несет ответственность в соответствии с законом.

Конечно, можно моделировать бесчисленное количество ситуаций, но жизнь все равно окажется сложнее. Однако стоит помнить, что закон есть, и его незнание не освобождает от ответственности. Поэтому лучше считаться с ним и при этом извлекать из него все возможные выгоды, а в авторском праве их очень много.

ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ

ТРЕНИНГ ПЕРСОНАЛА КАК СПАСЕНИЕ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА...

Наталья КЛЮЧ

С постепенным ужесточением конкуренции на рынке компании начинают искать резервы роста внутри своих организаций. Наиболее доступный с точки зрения активизации ресурс -- персонал фирмы. Поэтому последнее время растет число всевозможных семинаров и специальных курсов повышения квалификации для коммерческих компаний. Об эффективности подобных занятий мы попросили рассказать Виталия Ильинского, консультанта системы «ТРИЗ-ШАНС» (Москва). Специализация г-на Ильинского -- методы личной продажи (МЛП).

-- Почему МЛП стали столь актуальны в России и СНГ именно сейчас?

-- Дело в том, что рекламная компания с месячным бюджетом в $20 - 30 тыс. (обычный месячный бюджет московских фирм) неминуемо проходит через «узкое горлышко» 2-3 продавцов. Эта ситуация типична для торговли автомобилями, радиостанциями, сотовыми телефонами, пейджерами, иностранной мебелью, недвижимостью, турпутевками и т.п. И тут выясняется, что продавцы могут позволить себе высокомерное отношение к «чайникам», могут начать общение с пугающего большинство покупателей вопроса: «Что Вас интересует?», а могут, болтая с коллегой, просто долго не обращать внимания на клиента...

Причем объясняется это не столько хамством, сколько неумением технологично выстроить работу. В результате очередные $30 тыс. или $100 тыс. буквально «зарываются в песок» персоналом, получающим $300 - 500... Не говоря уже о том, что товар не продается так, как надо.

-- Что предпринимает руководство фирм для повышения качества работы своих продавцов?

-- Есть несколько типовых стратегий. Например, руководство делает вид, что проблемы «продавец -- клиент» не существует. Частично этому способствуют продавцы, рассказывающие, что «если у клиента нет денег, то -- полный голяк», забывая, что хорошо обслуженный клиент может вернуться (дорогие вещи, как правило, покупаются не в первый визит), может рассказать знакомым, привести их, просто регулярно заходить и «психологически готовиться» к покупке.

Другая стратегия -- руководство махнуло рукой, считает проблему неразрешимой.

Третья стратегия -- обращение в рекрутинговое агентство (агентство по набору специалистов) с целью заполучить нужного специалиста (правда, агентство взимает за это 30 - 50% годовой зарплаты, на которую берут сотрудника). Четвертая стратегия -- приглашение отечественных или зарубежных тренеров персонала. Правда, вызывает сомнение, что рекомендации работающих в Оклахоме будут применимы в Саратове.

-- В любом издании по деловой коммуникации прежде всего указывается на то, что нужно улыбаться. А с чего начинается тренинг у Вас?

-- Прежде чем начнется тренинг, я знакомлюсь с местом работы сотрудников фирмы, выстраиваю цепочку действий потенциальных клиентов. Обычно на этом этапе ничего не решается, а только выявляются десятки (!) задач, характерных именно для клиентов данной фирмы. Многие из них, к сожалению, не всегда отличаются умением правильно и округло разговаривать...

Непосредственно тренинг обычно состоит из следующих частей:

1. Предпродажной подготовки товара и персонала.

2. Приемов работы с клиентом, включающих:

-- технику ответов на каверзные вопросы клиентов;

-- технику захвата и удержания внимания клиентов.

3. Постановки внутрифирменных стандартов (ритуалов).

4. Решения задач фирмы (не обязательно рекламных, ибо часто выявляются управленческие или маркетинговые задачи, без их решения тренинг бессмыслен).

Последний пункт обычно не предлагается специалистами по технике общения, так как задачи фирмы могут быть намного шире просто общенческих проблем. К таким задачам, например, могут относиться: вопросы размещения наружной рекламы, гамма нестандартных сувениров и даже проблема воровства в магазинах...

-- Почему Вы взялись за столь «вытоптанную» тему?

-- Первый вариант МЛП я сделал по просьбе одной из московских рекламных школ. Сделал и пошел ее испытывать «в поле». Походил несколько раз с коммивояжерами оптовой фирмы. Выявил и рассмотрел свои и их ошибки. В четвертый раз пошел один.

У меня был товар -- раздвижные кухонные пластмассовые доски. Это разделочная доска вроде обычных деревянных для резки овощей, но со специальной выдвижной сеткой. Эта конструкция устанавливается на кухонную раковину, и хозяйка может здесь же и резать, и мыть овощи. Под импортной прозрачной пленкой, в которую была упакована доска, располагался прекрасный цветной рекламный снимок. На нем была изображена эта самая доска на красивейшей нержавеющей супермойке.

Предлагая свой товар, я часто слышал: *«О-о, у меня НЕ ТАКАЯ МОЙКА, мне не подойдет...»*. Получив такой отказ в третий раз, я решил заглянуть в «Приемы рекламы» и нашел подходящий вариант: *«заранее назвать отрицательные стереотипы клиента»*. В разговоре со следующей дамой я применил его: *«Эта доска хороша тем-то и тем-то, и даже если у Вас НЕ ТАКАЯ МОЙКА (и здесь дама внутренне говорит «ДА»), пусть Вас не смущает эта картинка -- данная доска устанавливается на любую мойку»*. Тогда я еще не забивал себе голову исключением частицы «не» из языка продаж, тем не менее сбыт явно пошел в гору. Предвижу вопрос: а не проще было бы извлечь картинку и не создавать ситуацию коррекции нежелательных стереотипов? Да, проще, но рвать красивую упаковку не хотелось. Кстати, это первый прием в МЛП: *«исключение нежелательного воздействия на клиента, вызывающего появление отрицательных стереотипов»*. Или: нет нежелательной ассоциации у клиента -- нет лишней проблемы...

-- Но ведь существуют системы убеждений «от Цептера», «от Гербалайфа»?!

-- Да, я знаком с их разработками -- они во многом полезны. Но, скажем, «гербалайфщики» дают схему, по которой нет ни одного «снижения» рекламируемого товара. А для успешной продажи на 3 - 4 похвалы рекламируемого объекта нужно представить один его недостаток, иначе недоверчивый отечественный клиент сам начнет искать изъян в Вашем товаре. И найдет! Причем совсем не тот, который Вы могли себе представить.

Поэтому недостаток этот должен быть из разряда неосновных. Либо он может быть псевдонедостатком. Мы называем это «контролируемым недостатком».

Например, продавая ноутбук, можно сказать: *«Единственный его минус -- не стоит ронять на пол, может сломаться. На ковер еще можно, а просто на пол -- не стоит...»*. Клиент при этом обычно начинает говорить, что это, мол, и так понятно -- тонкая техника и все такое. Он начинает защищать Ваш товар перед Вами, а Вам только этого и надо... Это, кстати, тоже один из приемов.

-- Мы подошли к тому, что Вы сейчас скажете: «Моя методика полностью лишена этих недостатков, и бедный продавец наконец получит то, что ему нужно»...

-- Понимаю Вашу иронию -- мы этот прием называем «оттяжка»: *«Внимание Клиента уводится в область типовых ожиданий, а затем неожиданно делается рекламное предложение»*. Каюсь, я его чуть было ни применил, но был схвачен за руку.

Да, методик без недостатков не бывает. Вопрос в том, насколько повысит продажи прочтение рекомендаций. Проблема еще и в том, что даже если книги пишут хорошие специалисты по продажам, они зачастую не могут объяснить, почему в одном случае поступили так, а в другом этак.

Кроме того, подобные секреты вырабатываются на Западе годами и обычно не раскрываются.

-- Как воспринимают МЛП персонал и руководство коммерческих фирм?

-- Как правило, чуть настороженно, хотя меня приглашают сами. Причем, если быть откровенным, не потому, что очень хотят, а потому, что конкуренты вынуждают лучше обслуживать своих новых клиентов и удерживать старых.

Прежде чем начать работу, мы обычно ставим себя в позицию клиента и задаем вопрос: *«Почему я НЕ воспользовался бы услугами данной фирмы?»*. В результате недостатки обслуживания клиента проявляются четче... А вообще конкурент -- лучший союзник клиента и стимулятор тренингов.

-- Какова кратко суть методики личной продажи?

-- Восприятие человеком рекламного воздействия зависит от стереотипов и предубеждений, «сидящих» в его голове. Скажем, можно написать на ценнике «Кошелек на ногу» (пример реальный), а можно его же (!) предлагать как «Кошелек скрытого ношения» или «Кошелек для командировочных».

И во втором случае стереотип покупателя: «Что я, ненормальный -- носить кошелек на ноге ?!!», просто не включается.

Обратите внимание: мы не солгали -- мы иначе подали товар. Поэтому наша задача -- вовремя выявить и скорректировать стереотипы клиентов в нужную заказчику сторону. Для этого в МЛП есть специальные приемы. Деловое общение, оно же -- личная продажа, есть, по-моему, оперативная коррекция стереотипов. Клиент выдает информацию о товаре: позитивную мы стараемся укрепить приемами усиления положительных стереотипов, а отрицательную изменяем приемами коррекции отрицательных стереотипов.

-- А выставки? Это ведь тоже продажа -- контракта, товара, услуги?

-- Да, конечно. Например, стендист напористо спрашивает посетителя: *«Что Вас интересует?»*. Посетитель, если это не прицельно-направленный профессионал, еще не собрался с мыслями, он еще колеблется в своем выборе... И первое психологическое «нет» в виде фразы посетителя: *«Да так, ничего, я сам посмотрю...»* -- считайте, получено. Это не мелочь? Весь процесс продажи состоит из таких мелочей. А продажа в целом -- уже не мелочь.

Желательно же показать Ваш интерес к личности человека, к его деятельности. Поэтому лучше работает фраза: *«Какое направление Вы представляете, если это не секрет, конечно?»*. Я сам отстоял на многих стендах и уверяю читателей -- это работает намного лучше... Выслушав человека, Вы проявили к нему внимание, определили, кто он и как связать рассказанное им с Вашим товаром или услугой.

-- Создается впечатление, что у этой методики не совсем правильное название. Может, ее надо было назвать «техникой общения для продавцов»?

-- Возможно... Я подумал о другом: а ведь многие скажут, что приемы-то, в общем, давно известные... Некоторые действительно были интуитивно угаданы успешными коммуникаторами, но системно сведенных приемов коррекции в литературе, кроме «ТРИЗовской», я не встречал.

-- Из чего состоит тренинг для конкретной фирмы?

-- Обычно это двух-трехдневный тренинг персонала фирмы. Каждый тренинг разрабатывается для конкретной фирмы, поскольку, как и другие консультанты «ТРИЗ-ШАНСа», я начинаю работу не с предложения разместить очередную рекламу или купить стандартные услуги, а с постановки проблем (задач), с диагностики. Так, для среднего торгового зала количество выявленных проблем, имеющих отношение к продажам, составляет от 20 до 50 (!). Источником задач является и оформление интерьера, стенда, и действия продавца, и «речевые модули» -- готовые образы-доводы, из которых, как из конструктора, составляются доводы для каждого клиента. То есть мы работаем прицельно по проблемам заказчика, а не предлагаем ему не меняющийся от фирмы к фирме «цикл платных лекций по психологии общения»... Раньше у нас бывали и общие тренинги для сотрудников разных фирм. Но они неэффективны и проводятся все реже. Более того, в зале могут оказаться представители конкурирующих фирм, а это резко снижает и откровенность общения, и эффективность работы. Ибо самые больные проблемы не выявляются и, стало быть, не решаются.

-- В каждом хорошем деле есть свои отрицательные стороны. Что у Вас плохо?

-- Во время тренинга люди, бывает, здорово устают. У нас мало общих разговоров -- тренинг, тренинг, тренинг. Тренинг на плохое отношение клиента; тренинг на завальные вопросы; тренинг на убедительный «выход» из ситуации общения.

А после тренинга... Недавно мы с удивлением обнаружили, что многие наши слушатели начинают менять место работы. Мы вначале не обращали на это внимания. Но потом насторожились. Прославиться как «разрушители фирм» нам не очень хотелось. Решение проблемы нашлось: теперь приходится настаивать на присутствии начальства на тренинге -- пусть «растет» вместе со своим персоналом. Мои последние заказчики -- «Nic & C Corp.», «Царицынский Дом Бумаги», «Computer Mechanics»...

-- Как определить настоящего тренера, рекомендации которого действительно достойны внимания?

-- Бывает, приходится работать после западных тренеров. Не умаляя профессионализма этих специалистов, хочется отметить, что они воспринимают нашего потребителя как сборище тайландских рыбаков. Рекомендации -- соответствующие... И немногие тренеры осознают, что обучают порой продавцов, имеющих одно - два высших образования, бывших учителей или инженеров. Если Вы хотите проверить тренера, попросите его показать фрагмент незаемных раздаточных материалов и продемонстрировать 1 - 2 приема, достаточно неочевидных и сформулированных так, чтобы Вы их смогли тут же применить. А если Вам пересказывают популярную брошюру, купленную около метро, выводы можно делать однозначные.

-- Раскройте секрет -- как можно противостоять манипуляциям?

-- Если Вы заметили, что Ваше психофизиологическое самочувствие меняется, а еще, не дай Бог, Вы испытываете чувство вины, -- рвите контакт. Если же Вы -- бизнесмен, руководитель, попросите «очаровывающего» Вас человека изложить его увещевания на бумаге. По пунктам. И когда личное обаяние испарится, в 9 из 10 случаев Вы убедитесь -- Вам предлагают зря потратить деньги.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

ШТРАФ УЖЕ ЕСТЬ, НО СРОКА ПОКА НЕТ

В середине февраля вступил в силу закон, которым внесены дополнения и изменения в Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях. Эти изменения касаются рекламной деятельности.

Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях дополнен статьей 155-9 «Нарушение законодательства о рекламной деятельности». Установлено, что нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями и рекламораспространителями законодательства о рекламной деятельности, а также непредставление этими лицами информации либо представление заведомо ложной информации о распостраняемой рекламе влечет наложение штрафа от десяти до пятидесяти минимальных заработных плат.

ОПЫТ РОССИИ

РЕГИОНЫ И ЦЕНТР ВЕДУТ БОРЬБУ ЗА ДОХОДЫ ОТ РЕКЛАМЫ

Отдел информации «БДГ»

На прошлой неделе Конституционный суд Российской Федерации рассмотрел дело о правах местных органов власти регулировать рекламный бизнес. Конституционный суд не подарил субъектам Российской Федерации права самим устанавливать правила игры для рекламной деятельности, оставив это за федеральным центром.

Конституционный суд России признал соответствующей Конституции статью 3 федерального Закона «О рекламе», которая гласит, что *«отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы»* определяются исключительно федеральными властями.

Однако одно из основных экономических последствий рекламной деятельности -- налог на рекламу -- всецело остается в ведении местных органов власти. Главный налоговый закон России -- «Об основах налоговой системы» -- относит налог на рекламу к группе «местных налогов». Решение о введении таких налогов вправе принимать районные или городские представительные органы власти, а налоговые отчисления поступают прямо в районные или городские бюджеты. Платить налог на рекламу по закону обязаны все юридические или физические лица, рекламирующие свою продукцию. При этом под рекламой подразумевается *«любая форма публичного представления товаров или услуг через средства распространения информации»*. Расходуемые же на уплату налога суммы относятся на «финансовые результаты» деятельности предприятия, то есть уменьшают налогооблагаемую прибыль компании. Ставка налога на рекламу может быть любой (по усмотрению местных властей), но не более 5% от стоимости рекламных услуг. В большинстве российских регионов действует максимальная ставка.

ЛЕГКАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

РОССИЙСКИЙ ПРОРЫВ: ВПЕРЕД ИЛИ НА МЕСТЕ?

Светлана КАЛИНКИНА

Пожалуй, ни одна из отраслей белорусской промышленности не может похвастаться столь глобальными подходами к проблемам реформирования, как легкая промышленность. Если везде разрабатываются проекты спасения отдельных предприятий, то в легкой промышленности ставка делается все больше на комплексные программы. «Белорусская деловая газета» уже рассказывала о нескольких проектах реформирования отрасли. Достаточно вспомнить о разработанной концепции вывода из кризиса концерна «Беллегпром», «подведенной» под возможности стратегического сотрудничества с немецкими партнерами, о проекте создания белорусско-российской финансово-промышленной группы. В начале нынешнего года в кабинетах власти активно обсуждается предложенный российской фирмой «Кейван» проект расширения экспортного рынка России для продукции белорусских швейников, трикотажников, обувщиков. Для его изучения Советом Министров создана специальная экспертная комиссия.

Общеизвестно, что Россия сегодня -- это мировой экспортный рынок, поглощающий практически любой товар. Что касается товаров народного потребления, то из-за того, что собственные российские предприятия оказались в сложной экономической ситуации, рынок этот фактически отдан на откуп зарубежным поставщикам -- Турция, Сирия, Греция, Китай, Корея, Польша и т.д. просто заполонили его и, что называется, «перекормили» дешевым ширпотребом. Эксперты стали отмечать рост интереса россиян к отечественной продукции, но собственная российская легкая промышленность обеспечить спрос просто не в состоянии. Изделия белорусской «Алеси» или «Мілавіцы» при данной благоприятной конъюнктуре рынка вполне могли бы найти своего покупателя при неожиданно возникшем у среднего российского потребителя чувстве патриотизма. Вот и предложили российские бизнесмены заполнить нишу именно ими.

По сведениям «БДГ», впервые идея создания некой бизнес-структуры, которая могла бы представлять интересы белорусских производителей на российском рынке, обсуждалась еще лет пять назад, после того, как большая партия белорусских товаров легкой промышленности была поставлена в Россию в счет уплаты долга за энергоносители и пошла «на ура». Реализация идеи фактически была заблокирована руководством концерна «Беллегпром», который посчитал, что сможет самостоятельно освоить российские просторы. Была предпринята попытка создания сети государственных торговых домов концерна, дилерской сети белорусских предприятий, и нельзя сказать, что она не имела некоторого успеха. Объем экспорта предприятиями концерна «Беллегпром» в Россию в 1996 году составил $125 млн., или 72% общего объема экспорта товаров легкой промышленности (32% от объема производства товаров народного потребления). Кому-то эти цифры могут показаться подтверждением того, что белорусские предприятия легкой промышленности не утратили Россию как основной экспортный рынок. Но о том, что это далеко не так, свидетельствуют даже самые грубые подсчеты.

Только в Москве и Московской области насчитывается около 12 тысяч магазинов. Допустим, что в 500 из них представлена продукция предприятий «Беллегпрома». Вся номенклатура продукции нашей легкой промышленности насчитывает приблизительно

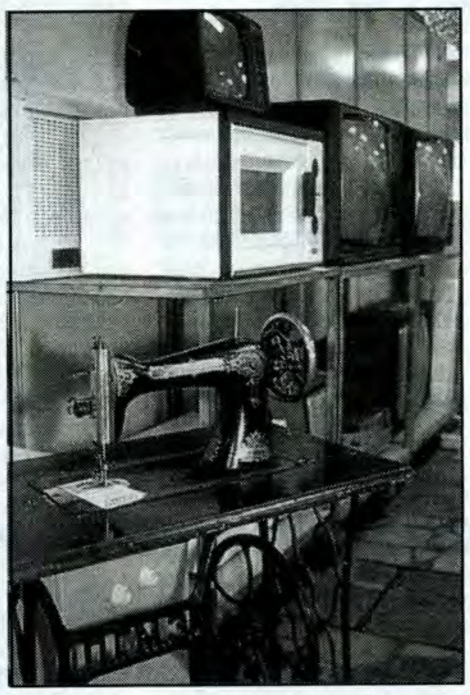


3000 наименований, но на московский рынок явно пойдет не вся -- к примеру, 800 наименований. Допустим даже, что спрос на нее очень мал (раз в два дня каждым магазином продается одно изделие) и цены предельно минимальны ($5 за единицу). Производим простейшие математические действия и получаем, что в месяц каждым магазином продается 12 тыс. единиц изделий на $60 тыс. Для 500 магазинов это уже $30 млн. На многие изделия легкой промышленности спрос определяется сезонностью, и даже если допустить, что мы с ним просчитались (к примеру, «нормально» поработали только 9 мес.), объем товарооборота все равно должен составить $270 млн. То есть почти в два раза больше, чем наработала вся легкая промышленность Беларуси за весь минувший год, работая практически во всех российских регионах. Так что в официальных рапортах об успехах в освоении российского рынка есть явная нестыковка с фактическим положением дел.

Увы, сегодня реально можно констатировать лишь тот факт, что легкая промышленность Беларуси (за исключением буквально нескольких предприятий) оказалась в состоянии глубокого экономического кризиса. Из-за отсутствия оборотных средств, сырья, потери экспортных рынков, отсутствия инвесторов и ограниченных бюджетных средств около 80% предприятий загружены лишь на половину имеющихся мощностей. Многие стали работать на давальческом сырье -- это превратилось в какую-то эпидемию: в швейной отрасли на работу с давальческим сырьем приходится до 70% выполненных работ. А это значит, что ткани, фурнитура, лекала, упаковка завозятся в Беларусь извне, сопутствующие производства просто вымирают, остаются лишь те, на которых научились делать ровные стежки и аккуратно пришивать пуговицы. Если так будет продолжаться еще пару лет, то о наличии в стране легкой промышленности как таковой мы говорить уже не сможем, ведь как только она потребует для своих рабочих европейского уровня оплаты труда, то окажется без заказчиков, но самостоятельно возродиться уже не сможет. А ведь каждая из четырех отраслей белорусской легкой промышленности настолько тесно взаимосвязана с тремя другими, что кризис будет общим.

Пессимисты еще «на заре» проработок планов перспективного развития отрасли утверждали, что у «Беллегпрома» самостоятельно выжить нет никаких шансов: интересных моделей мы придумать не можем, современно выполнить их мы технологически не в состоянии, качество тканей, ниток, пуговиц и т.п. не может конкурировать с импортом. Оптимисты утверждали, что реформирование отрасли все же даст свои результаты: достаточно провести акционирование предприятий, привлечь таким образом для технологического обновления дополнительные оборотные средства, заинтересовать трудовые коллективы в конечном результате труда -- и предприятия оживут, разнообразят номенклатуру изделий, займутся маркетинговыми исследованиями, найдут-таки свои ниши на рынках... Правы оказались и те, и другие. У предприятий белорусской легкой промышленности есть успешные примеры выживания в условиях рынка -- продукция АО «Мілавіца» даже сертифицирована по европейским стандартам качества и с ней на белорусском рынке не смог конкурировать ни один, даже самый известный западный производитель. Но большинство предприятий «Беллегпрома» по-прежнему имеют статус государственных и, увы, по-прежнему живут за счет подачек из бюджета, льготных кредитов либо работают исключительно с давальческим сырьем. И если бы сегодня можно было говорить только о недальновидности отдельных руководителей, то проблема решалась бы достаточно просто. Увы, проблемы более глубоки.

Россия и страны СНГ сегодня остаются для Беларуси основным рынком сбыта продукции легкой промышленности. И не только для Беларуси -- экспорт в Россию выходит на первые позиции в Польше, Италии, Германии. Завоевать этот рынок, успешно конкурировать на нем крайне сложно, но мы имеем существенное и пока неиспользованное преимущество -- Таможенный союз. Увы, способа повернуть волю политиков в угоду производителей пока не найдено: предприятия «Беллегпрома», в течение десятков лет имевшие постоянных российских покупателей, потеряли их за один год (1991-1992), и с тех пор дорога на российский рынок остается закрытой. Единственный возможный варинат «прорыва» -- демпинговый выброс белорусских товаров. Но позволить себе такой роскоши белорусские предприятия просто не могут.



Суть рассматриваемого в настоящее время проекта, цель которого -- возвращение рынка России как основного экспортного рынка продукции белорусской легкой промышленности, заключается в том, что функции производителя и продавца должны быть разделены. Для того чтобы на российском рынке появилась структура, которая занимается поиском торговых партнеров, маркетинговыми исследованиями, представляет интересы белорусских предприятий и их продукцию, предлагается создать закрытое акционерное общество, учредителями которого станут белорусские предприятия легкой промышленности. От их имени в Москве (с постепенным увеличением охвата регионов) будут работать российские бизнесмены -- они считают, что «завоевание» восточной соседки надо начинать именно со столицы, ведь только в ней работает 22 крупнооптовых рынка. А для того чтобы осуществлять контроль государства за валютными средствами от реализации экспорта товаров, предлагается, чтобы в состав ЗАО вошел заинтересованный белорусский банк. Деньги конвертироваться соответственно будут тоже в Москве.

Администрация президента Беларуси с интересом отнеслась к этому предложению. *«Вся торговля в России находится в частных руках, все оптовые рынки и универмаги жестко контролируются мафиозными структурами. Руководство концерна «Беллегпром» вряд ли предпримет конкретные шаги по реализации данного проекта, так как он затрагивает ведомственные интересы концерна»*. Таким резюме заместитель начальника управления экономического развития Администрации президента В.Порошин сопроводил проект российских бизнесменов, особо акцентировав внимание на том, что опыт официального (государственного, а не частного) прорыва на российские рынки оказался неудачным, и направил его на рассмотрение главы Администрации Михаилу Мясниковичу. Мясникович передал проект Сергею Лингу с просьбой создать комиссию для анализа предложений. Премьер, в свою очередь, издал распоряжение о создании специальной комиссии. Сложно сказать, чем завершится ее работа. Судя по первым «отголоскам» ее заседаний, ничего обнадеживающего россиян ждать не приходится. Первые рекомендации таковы: *«Работу по созданию ЗАО целесообразно начать с реализации продукции отдельных предприятий... Для обеспечения продвижения белорусских товаров на российский рынок следует использовать возможности, появившиеся в результате принятия мер по экономической интеграции обеих стран: необходимо подготовить предложения по государственному регулированию рынка изделий легкой промышленности в Беларуси и России, расширению торговой сети предприятий концерна «Беллегпром», координации развития производственных мощностей по выпуску изделий легкой промышленности в обеих странах...»*. То есть «остаемся при своем».

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

«НЕ ЧИНОВНИКИ СОЗДАЮТ РЫНКИ»

В связи с тем, что обсуждение проекта фирмы «Кейван» имеет большой резонанс и в «Беллегпроме», и в Министерстве экономики, мы обратились к президенту фирмы Левану Каландаришвили с просьбой прокомментировать сложившуюся ситуацию.

-- Напомню, что белорусская легкая промышленность уже шесть лет существует без надежного экспортного рынка и постоянных источников сырья, потому предприятия оказались в крайне тяжелом экономическом положении. Если в ближайшее время им не удастся вернуть российский рынок в качестве постоянного рынка сбыта, то реабилитировать себя белорусские производители не смогут даже выбросом товаров по демпинговым ценам. Тем более, что скоро реальную конкуренцию им будут составлять не турецкие и китайские, а непосредственно российские производители -- и это уже намного серьезнее. Российское правительство совместно с «Менатепом» и «Роспромом» разработало программу «Русский текстиль» (стоимость $1,5 млрд.), в Санкт-Петербурге подготовлена программа «Лен» (стоимость $1 млрд.), уже начато их финансирование, так что через 3-5 лет предприятия России полностью развернутся. Но это время белорусские производители могут использовать для укрепления своих позиций.

Наш бизнес-проект предусматривает достижение объема товарооборота продукции белорусской легкой промышленности на российском рынке в размере $1,5 млрд. и более в год. Для этого, конечно, требуются время, определенные усилия и отход от методов государственного регулирования как деятельности предприятий, так и их маркетинговой политики. Рынки создают деловые люди и крупные торговые компании, а не чиновники.

НОВОСТИ

АДМИНИСТРАЦИЯ В РОЛИ УНТЕР-ОФИЦЕРСКОЙ ВДОВЫ

Уже не первый год руководство «Гомсельмаша» пытается решить проблему своевременной и полной выплаты заработной платы, не переставая экспериментировать в этой сфере.

Сейчас зарплата на предприятии выдается деньгами лишь частично. Если рабочие хотят получить другую часть тоже деньгами, они должны ждать, когда те появятся. В противном случае оплата за труд производится натуральными продуктами, которые «Гомсельмаш» получает по бартеру за сельскохозяйственную технику. В такой ситуации гомсельмашевцы согласились получать зарплату сахаром, мукой, мылом, консервами и коврами. Для «удобства» рабочих руководство предприятия стало также выдавать им чековые книжки, по которым заводчане могут отовариться лишь в универсаме «Сельмашевский», где цены несколько выше, чем в других магазинах.

На состоявшейся недавно профсоюзной конференции, где был подписан коллективный договор на текущий год, генеральный директор объединения Валерий Жмайлик пообещал, что скоро ситуация с заработной платой нормализуется. Вероятно, чтобы приблизить этот момент, генеральный директор предпринял еще одну меру -- всем службам головного завода объединения было дано указание выдать зарплату рабочим за январь в размере BLR3 млрд.674 млн. в натуральной форме. При подведении итогов оказалось, что задание выполнено на 57,3%. Появился очередной директорский приказ -- об объявлении выговора и депремировании на 15% начальников цехов, отделов и управлений отделов, не справившихся с заданием руководства. Неизвестно, чего больше в этой ситуации -- смешного или грустного. Но уж больно она напоминает историю одной литературной дамы, которая сама себя высекла.

ГОД НА ПОДГОТОВКУ К ЮБИЛЕЮ

Для Белорусского шинного комбината нынешний год -- юбилейный: известнейшему белорусскому предприятию исполнится 25 лет.

Совместным решением администрации и профкома создан оргкомитет по организации празднований, которые состоятся 19-20 декабря 1997г.

А пока предприятие подводит итоги работы в 1996 году. Решением Бобруйского горисполкома по итогам минувшего года трудовой коллектив «Белшины» признан лучшим в городском соревновании предприятий промышленности и стройиндустрии.

Спустя четверть века после своего основания Белорусский шинный комбинат «Белшина» представляет собой широкопрофильное предприятие, выпускающее шины для легковых, грузовых и большегрузных автомобилей, автобусов, троллейбусов и других видов техники. Номенклатура производимой комбинатом продукции ежегодно увеличивается и на сегодняшний день насчитывает около ста типоразмеров шин, отвечающих требованиям международных стандартов.

ЗАЩИТНЫЙ ШЛЕМ ОТ НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТИ РЫНКА

По специальным заказам работает сегодня совместное белорусско-итальянское предприятие «А Джи Ву-Полопо», созданное полоцким ПО «Стекловолокно» и итальянской фирмой «АГВ».

В свое время среди мотоциклистов были широко известны производимые здесь мотоциклетные шлемы. Однако в последнее время в странах СНГ спрос на мототехнику упал, соответственно снизился спрос на мотошлемы. В поисках выхода из сложившейся ситуации специалисты по маркетингу неожиданно «вычислили» такую рыночную нишу, где спрос на продукцию СП будет постоянным -- шлемы специального назначения, к примеру, для сотрудников милиции. С нынешнего года производство этой продукции поставлено на поток, и интерес к новинке проявило не только белорусское МВД, но и другие государства Содружества.

В настоящее время по просьбе Министерства внутренних дел Беларуси на СП ведется работа по созданию пуленепробиваемых шлемов. Параллельно творческий коллектив «придумывает» шлем для пожарных.

Отдел промышленности «БДГ».

ИНВЕСТИЦИИ

СИНГАПУРСКИЙ КАПИТАЛ В ПОМОЩЬ БЕЛОРУССКИМ ЗАВОДАМ

Виктор МАРТИНОВИЧ

Проблемой для большинства белорусских промышленных предприятий стало стремительное устаревание материально-технической базы и недостаток собственных оборотных средств на ее обновление. Основным источником средств на модернизацию в этих условиях являются иностранные кредиты. Сегодня завершается работа по привлечению такого кредита размером в $15 млн. на ОАО «Белорусские обои», Минский подшипниковый завод, АППО «Гомельдрев».

Заимодателями в этой сделке являются банки Юго-Восточной Азии, в частности, Сингапура. Посредником между этими финансовыми учреждениями и белорусскими кредитополучателями выступает швейцарская компания «Аттингер Интернациональ». В прошлом году по ее инициативе на наших заводах побывала американская инспекция, оценившая их кредитоспособность как вполне удовлетворительную. К сегодняшнему дню между Сингапуром и производственными предприятиями Беларуси уже подписан предварительный контракт. По его условиям кредит выдается под 7% годовых сроком до 10 лет под гарантию основных фондов заводов, оборотных средств и положительных балансов.

Эффективность привлечения кредита во многом зависит от того, на какие цели он будет использован. Руководство ОАО «Белорусские обои» за счет иностранного капитала планирует расширить свои производственные мощности. В свое время предприятие закупило партию немецкого оборудования для производства обоев. Благодаря обновлению материально-технической базы «Белорусским обоям» удалось организовать сбыт своих изделий в России и Прибалтике. После привлечения кредита и приобретения еще одной партии германской техники предприятие планирует освоить рынки стран бывшего соцлагеря.

АППО «Гомельдрев» привлеченные средства планирует направить на завершение процесса конверсии и закупку итальянской техники для производства мебели. С помощью кредита предприятие предполагает завершить организацию производства мебели из натурального дерева, так как прежняя «древесно-стружечная» технология в последнее время оправдывает себя все меньше.

Минский подшипниковый завод использует средства сингапурских банков для проведения процесса акционирования, необходимость которого была подтверждена на недавнем собрании директоров предприятия. Руководство завода планирует придать некоторым цехам статус отдельных юридических лиц, что, по мнению специалистов, должно повысить рентабельность работы объединения в целом. В дальнейшем через «Аттингер Интернациональ» Минский подшипниковый завод собирается привлечь дополнительные кредиты на общую сумму до $40 млн.

АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЕ

В СЕМЕЙСТВЕ МАЗА — ПОПОЛНЕНИЕ

Вадим СЕХОВИЧ

Во вторник с конвейера Минского автомобильного завода сошел первый серийный автомобиль нового семейства -- седельный тягач «МАЗ-54421». Как водится в подобных случаях, его выпуск был обставлен торжественно: присутствовала пресса и генеральный директор ПО «БелавтоМАЗ» Валентин Гуринович, который в своем выступлении пожелал автомобилю «долгой жизни и хороших дорог». Новорожденная модель была облита шампанским.

По словам руководителей объединения, новый седельный тягач Минского автомобильного завода полностью удовлетворяет европейским требованиям к большегрузным *сегодня только в Беларуси эксплуатируется около 3 тыс., а в России -- порядка 20 тыс. подобного класса автомобилей импортного производства. И этот автомобиль*



Новорожденный

автомобилям для международных перевозок. Например, на первом из этой серии автомобиле установлен двигатель германской фирмы «MAN» мощностью 370 л.с., который прошел сертификацию на требования «евро-1» и готовится получить ее на требования «евро-2». Как было отмечено автозаводцами, запуская в серийное производство эти грузовики, МАЗ становится единственным предприятием в СНГ, способным конкурировать с западными производителями. Правда, для того, чтобы этот автомобиль пошел «на Европу», его придется аттестовать для эксплуатации в европейских странах. По словам генерального директора, это планируется сделать уже в текущем году.

На новой модели предусмотрено применение широкой гаммы двигателей других фирм. В частности, по требованию заказчика на «МАЗ-54421» могут быть установлены двигатели «Detroit Diesel», «Perkins», «Navystar», а также двигатели основного поставщика МАЗа -- Ярославского моторного завода.

Кроме технических усовершенствований (пневматической подвески заднего моста, антиблокировочной системы и др.), от ранее выпускавшихся моделей этот автомобиль отличает «концептуально новая кабина», которая повышает комфортность работы водителя в дальних рейсах.

Генеральный директор ПО «БелавтоМАЗ» Валентин Гуринович уверен, что автомобиль найдет спрос на рынках: *«Мы прекрасно знаем потребность в этих автомобилях. По нашим подсчетам,* *должен заменить технику, которую мы в ином случае были бы вынуждены закупать за границей».*

Как считает руководство завода, стоимость нового «МАЗа» -- порядка $60 тыс. (в случае использования российских двигателей эта цена может быть снижена до $48 тыс.) -- позволит ему найти свою нишу в ближнем и дальнем зарубежье, так как средняя цена автомобилей такого класса у западных производителей составляет $80 - 90 тыс. Что касается количества «МАЗ-54421», которое планируется выпустить и реализовать в 1997 году, то, по словам коммерческого директора объединения Виктора Калечица, эта цифра в зависимости от конкретной ситуации может колебаться в пределах 50 - 200 единиц.

Первый серийный автомобиль нового семейства, торжественно сошедший 11 марта с конвейера Минского автомобильного завода,-- лишь небольшая часть того, что запланировано сделать на ПО «БелавтоМАЗ» в текущем году.

Главный вопрос, который должен решиться в ближайшее время,-- это, несомненно, акционирование предприятия. И хотя нынешний постоянно меняющийся проект акционирования по-прежнему предусматривает сохранение собственности автозавода и главных рычагов управления в руках государства, генеральный директор ПО «БелавтоМАЗ» Валентин Гуринович уверен, что сама возможность стать обладателем определенной части ценных бумаг предприятия стимулирует интерес к производству фирм-инвесторов.

В текущем году планируется продолжать структурную перестройку автозавода. Пока это проявилось в выделении на правах филиалов автоприцепного и автобусного производств. Но, судя по всему, МАЗ не очень хочет расставаться с ними окончательно. Особенно с автобусным производством, в которое за пять лет вложены значительные средства и у которого неплохие перспективы как в Беларуси, так и в СНГ. А вот объекты социальной сферы, которые логично было бы выделить из структуры завода в первую очередь (они больше всего влияют на рост себестоимости продукции МАЗа), продолжают оставаться в собственности предприятия. Во всяком случае, проект акционирования МАЗа их выделения в самостоятельные подразделения не предусматривает.

Скорее всего, в этом году решится вопрос о создании на производственных мощностях МАЗа СП с германской фирмой MAN. *«Переговоры в этом направлении продвигаются успешно. Главная цель, которую мы преследуем после возможного подписания соглашения с немецкой стороной, -- это повышение технического уровня продукции МАЗа через использование тех достижений, которые имеются у MAN. Мы планируем наладить совместное производство тягачей, которые будут работать на международных трассах»*,-- сообщил г-н Гуринович.

В 1997 году ПО «БелавтоМАЗ» намечает произвести и реализовать 11,8 тыс. автомобилей. По-прежнему главным потребителем продукции объединения останется Россия, на которую в последние годы приходится около 80 - 85% всего объема продаж ПО «БелавтоМАЗ». По словам генерального директора объединения, в этом году ожидается увеличение объемов реализации на рынках Казахстана и Узбекистана. Что касается внутреннего рынка, на котором в лучшие времена (в 1990 году) продавалось до 3 тыс. грузовиков, то в 1997 году здесь будет продано лишь около 400 - 500 автомобилей. Однако г-н Гуринович считает, что в случае, если удастся организовать лизинговые продажи, объемы реализации в Беларуси могут значительно возрасти. Многие отечественные автохозяйства, у которых автомобильный парк за последнее время износился, готовы приобретать у МАЗа его продукцию или в рассрочку, или в лизинг.

Как известно, больным вопросом для предприятия остается поступление денежных средств от реализованной продукции. В прошлом году, например, МАЗ получал деньгами всего 10% стоимости своей техники. Вряд ли что-то изменится и в нынешнем году. Поэтому, отмечая увеличение процента продаж за деньги в начале 1997 года, Валентин Гуринович справедливо полагает, что решить эту проблему на отдельно взятом предприятии просто невозможно.

КОНВЕРСИЯ

НАДЕЖДЫ И ИЛЛЮЗИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ «АНКЛАВОВ»

Светлана КАРПЕКОВА

5 марта в Минске подписан договор о совместной деятельности по созданию открытого акционерного общества «Корпорация развития демилитаризованных территорий». Учредителями АО выступили Белорусский союз предпринимателей и арендаторов, Белорусская инженерная технологическая академия, СП «Институт приватизации и менеджмента», АКБ «Золотой талер» и еще 14 фирм и физических лиц, в том числе руководитель БСПиА Макс Кунявский, президент Союза предпринимателей Владимир Карягин, президент Союза лизинговых предприятий Нелли Киркорова.

С распадом Советского Союза, кроме других проблем, возникла непростая ситуация с освобожденными военными городками. Причем именно в нашей стране она встала особенно остро, поскольку вследствие стратегического и геополитического положения на территории Беларуси концентрация воинских частей и соединений была самой высокой на европейском континенте.

Численность военнослужащих относительно населения в Беларуси была выше, чем в Украине (в 2,3 раза), в Казахстане (в 2,7) и в России (в 14,7 раза). Последовавшее после обретения страной независимости значительное сокращение вооруженных сил и военной техники повлекло огромные финансовые затраты, которые в 1,6 раза превышают соответствующие ассигнования США, Великобритании и Франции вместе взятых. Общие расходы оцениваются в сумму свыше $8 млрд., а с учетом природоохранных мероприятий они возрастают в 1,8 раза.

Свертывание стратегических вооружений и сокращение численности войск привели к необходимости освоения территорий, занимаемых бывшими военными частями, размером более 4,6 млн. гектаров. К сегодняшнему дню в стране уже высвобождено 214 военных городков, в которых проживает свыше 100 тысяч безработных. В городках также расположено более 5 тысяч объектов, большинство которых не только не используется, но и разворовывается.

Решение проблемы высвобождающихся военных городков в Беларуси попытались найти еще в 1994 году. Тогда этот вопрос подняло Министерство труда. Была подготовлена обстоятельная записка и подписано соглашение с правительством. В дальнейшем была разработана Национальная программа социально-экономического возрождения через демилитаризацию, которая стала составной частью проекта ООН и Международной организации труда «Конверсия военных городков в зоны занятости, предпринимательства и энергосбережения».

В программе дана подробная экономическая характеристика конверсионных объектов и предложены возможные направления производственной деятельности в демилитаризованных зонах. В целом программа направлена на создание новых рабочих мест, развитие и укрепление предпринимательства, прежде всего малого и среднего бизнеса, способного без значительных затрат государства расширить предложение товаров и услуг, осуществить разработку и внедрение энергосберегающих технологий, тем самым снизив инфляцию и обеспечив экономическую стабилизацию. Для достижения этих целей предлагалось предоставить субъектам хозяйствования в военных городках налоговые, таможенные льготы, гарантии под инвестиции, либерализовать предпринимательскую и внешнеэкономическую деятельность, тем самым способствуя привлечению иностранных капиталов. То есть необходимым условием конверсии военной индустрии и военных баз (городков) в экономические «анклавы» названо создание благоприятной нормативно-правовой и социально-экономической среды. Однако такая среда так и не была создана, а положения национальной программы остались лишь благими намерениями.

Примерно в то же время был подготовлен и представлен в Кабинет Министров проект указа президента «О социально-экономическом возрождении военных городков через демилитаризацию», которым утверждалось Положение «О зонах социально-экономического возрождения через демилитаризацию (экономических «анклавов»)». В документе указывалось на необходимость придания территориям ряда бывших военных городков специального статуса таких особых зон. Положение определяло статус субъектов хозяйствования и механизм функционирования экономических «анклавов» (ЭА), порядок регистрации субъектов хозяйствования и особенности осуществления хозяйственной деятельности на территории ЭА, гарантии прав инвесторов и защиту инвестиций. Тем не менее весьма серьезно разработанный документ не был даже рассмотрен в Кабинете Министров. Он просто исчез там, обрекая бывшие военные городки на экономическую смерть, а их жителей -- на безработицу и нищету.

До сих пор не выполнено постановление Совета Министров от 27 мая 1994 года «О международном проекте конверсии военных городков в зоны занятости, предпринимательства и энергосбережения». Согласно этому документу территориям ряда конверсируемых военных городков планировалось придать специальный статус развивающихся зон и установить для размещенных на них субъектов хозяйствования упрощенные таможенные процедуры, льготное налогообложение, обеспечить гарантии инвестициям.

Единственные реальные шаги в конверсионном направлении были предприняты в рамках проекта ООН и Международной организации труда. В демилитаризованных зонах было организовано 36 малых предприятий и филиалов различных структур, действующих в Беларуси. Это позволило создать свыше 400 рабочих мест для бывших военнослужащих и членов их семей. Оказана практическая помощь в получении из государственного фонда содействия занятости льготных кредитов на сумму более BLR 1,5 млрд. пяти субъектам хозяйствования под создание 172 рабочих мест. Начинающим предпринимателям в 19 военных городках оказаны консультативные услуги и предоставлена методическая помощь в развитии бизнеса, осуществлены некоторые другие мероприятия. Однако при отсутствии четкой государственной программы действий эта помощь «димилитаризованным» безработным слишком мала.

Теперь предпринята очередная попытка решить проблему. Учредители созданного АО считают, что сегодня в стране нет органа, координирующего усилия в сфере демилитаризации военных городков. По их мнению, на государственном уровне решить эти проблемы очень сложно. Поэтому цель созданной корпорации -- решать локальные задачи там, где есть определенная база и люди, готовые создавать новые рабочие места, где местные Советы проявляют понимание проблемы.

В число таких локальных задач входят поиск и привлечение потенциальных инвесторов для осуществления инвестиционной деятельности на демилитаризованных территориях, комплексное информационное обеспечение создаваемых в бывших военных городках субъектов хозяйствования, содействие бывшим военнослужащим и членам их семей в трудоустройстве. Кстати, консультационная помощь для начинающих предпринимателей (например, в составлении бизнес-планов) является одновременно и ощутимой финансовой поддержкой, поскольку разработка такого плана стоит сегодня от $2 тыс до $5 тыс. Корпорация уже сотрудничает с пятью военными городками, где созданы малые предприятия.

Остается надежда, что и государство в конце концов займется проблемами экономических «анклавов». Недавно большая группа высокопоставленных чиновников, среди которых были и.о. министра финансов Николай Румас, министр по управлению госимуществом и приватизации Василий Новак, министр предпринимательства и инвестиций Александр Сазонов, помощник президента Сергей Посохов, посетила бывший военный городок Мышанка в Гомельской области. По итогам визита была подготовлена записка президенту, в которой предлагалось активизировать процессы преобразований в военных городках, в том числе реформирование собственности, а также предоставить на 5 лет льготы по налогообложению, таможенным процедурам, гарантии инвестиций.

НОВОСТИ ТАМОЖНИ

ЛЬГОТЫ ПО НДС

Белорусские власти приняли решение об освобождении от уплаты налога на добавленную стоимость изделий медицинского назначения, протезно-ортопедических изделий и медицинской техники, а также сырья и комплектующих для их производства.

По каждому конкретному случаю решение о предоставлении льготы принимает таможенный орган. И если в соответствии с классификацией, закрепленной товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности, «медицинское назначение» груза сомнений не вызывает, никаких дополнительных документов для получения льготы не потребуется. Если же вопрос спорен, то предоставление льготы должно быть согласовано с Министерством здравоохранения. Согласование с Минздравом требуется и в случае ввоза на территорию Беларуси сырья и комплектующих, использовать которые планируется в медицинском производстве.

Контроль за целевым использованием изделий, в отношении которых предоставлена льгота по уплате НДС, будут осуществлять налоговые органы.

ВЫВОЗЯТ ЛОМ, ВВЕЗУТ — МЕТАЛЛОПРОКАТ

Вывоз за пределы территории страны отходов лома цветных и драгоценных металлов находится под особо пристальным вниманием, потому на каждую конкретную сделку должно быть получено особое разрешение.

В соответствии с решением президента Государственный таможенный комитет Беларуси разрешил вывоз цветных металлов: Мозырскому кабельному заводу «Беларуськабель», акционерным обществам «Витебский приборостроительный завод», «Белэлектроприбор», «Щучинский завод «Автопровод», «Гомельский кабельный завод «Гомелькабель» и производственно-финансовой компании «Белпромвест». Лом вывозится *«с целью переработки в таможенном режиме пассивного совершенствования отходов и лома цветных металлов с последующим возвратом металлопроката по собственным контрактам и лицензиям в пределах установленных квот при наличии нарядов Государственного объединения «Белвтормет»*.

«ЧЕРНЫЙ СПИСОК» ТАМОЖНИ

Для усиления контроля за перевозкой товаров под таможенным надзором и полнотой уплаты таможенных платежей начальникам таможен предложено составить списки «перевозчиков-нарушителей».

Выделено несколько критериев попадания в «черный список», но основной -- наличие таможенной задолженности в связи с недоставкой грузов в таможню назначения.

На основании списков, составленных региональными таможнями, управление организации таможенного контроля Государственного таможенного комитета РБ будет вести общий реестр.

При заявлении перевозчиками, указанных в списке, режима перевозки под таможенным надзором с использованием процедуры МДП с целью доставки товаров в адрес белорусских субъектов хозяйствования, а также при доставке товаров с применением процедуры МДП иными перевозчиками в адрес субъектов хозяйствования, включенных в список, разрешение на использование товаров в заявленном режиме будет выдаваться только при условии сопровождения товаров представителями органов внутренних дел.

Отдел информации «БДГ» по материалам таможенного агентства «ДЕКЛА-С»

СОТРУДНИЧЕСТВО

БЕЛАРУСЬ — ИЗРАИЛЬ: НУЖНА СОВМЕСТНАЯ КОМИССИЯ

На прошлой неделе в МВЭС были приняты временный поверенный в делах Израиля в Беларуси Бен-Арье Зеев и представители Всемирного еврейского агентства.

Как стало известно «БДГ», на встрече с первым заместителем министра Альбертом Добромудровым обсуждались возможные пути расширения белорусско-израильского торгово-экономического сотрудничества. По словам первого заместителя министра, экономика Беларуси нуждается в притоке инвестиций для осуществления крупномасштабных проектов в нефтеперерабатывающей отрасли, сельскохозяйственном секторе и других сферах. Необходимо более тесное сотрудничество в финансовой области, в области науки. Перспективным, по его мнению, представляется обмен опытом в создании свободных экономических зон.

Стороны согласились с тем, что для реализации совместных проектов и расширения торговли необходимо создать смешанную комиссию по торгово-экономическим вопросам. Однако конкретные сроки этих мероприятий не назывались.

В ТАЛЛИННЕ ОТКРЫЛСЯ БЕЛОРУССКИЙ ЦЕНТР

В Таллинне начал работу Белорусский информационно-коммерческий центр -- совместный проект Минвнешэкономсвязей Беларуси и эстонского АО «Турекс».

Необходимость появления такого центра объясняется недостаточным использованием торгово-экономического потенциала двух стран. Доля Эстонии в товарообороте Беларуси чрезвычайно мала (0,6% среди стран дальнего зарубежья). Вместе с тем географическая близость и прошлые достаточно тесные экономические контакты свидетельствуют в пользу перспективности этого рынка для Беларуси. Информационно-коммерческий центр и займется продвижением продукции белорусских предприятий на рынки стран Балтии и Скандинавии, организацией выставок и ярмарок, налаживанием деловых контактов между предпринимателями обеих стран.

БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛЕГАЦИЯ ОТБЫЛА В ГАННОВЕР

11 марта правительственная делегация Беларуси во главе с заместителем премьер-министра Василием Долголевым отбыла в ФРГ. В составе группы -- представители министерств и ведомств, БНПА, Белорусской ассоциации промышленников и предпринимателей.

Кроме участия в международной выставке «ЦЕБИТ-97» в Ганновере, члены белорусской делегации планируют встретиться с представителями Федерального правительства Германии, главами иностранных делегаций, а также провести переговоры с руководством ряда немецких компаний.

Так, с руководителями концерна «Маннесманн» планируется обсудить вопросы реализации проектов по переработке лигнина и отходов активного ила, образуемого при очистке сточных вод. В концерне «Д.Г.Л.» предполагается рассмотреть проекты по внедрению в строительный комплекс Беларуси энергосберегающих технологий. Делегация также намерена посетить концерн «Сименс АГ» и обсудить ход реализации совместных проектов в области телекоммуникаций, а также условия участия концерна в тендере по внедрению в Беларуси системы мобильной телефонной связи GSM.

Отдел информации «БДГ»

ПОДПИСКА + ЛОТЕРЕЯ

ЗАО "Белорусская Деловая Газета" объявляет лотерею с розыгрышем ценных призов, проводимую в рамках подписной кампании на 2 квартал 1997 года.

Среди подписчиков "Белорусской Деловой Газеты" будут разыграны:

- Зажигалки "Ronson" и ручки "PARKER", предоставленные в качестве призов фирмой "Magic Service".

ms magic service — официальный дистрибьютор фирм "PARKER" и "RONSON" тел. (017) 268 69 02, 276 93 88.

СТРОИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДОМА И ОФИСА — магазин "Рамит-СТРОЙМАРКЕТ" г. Минск, ул. Д.Сердича, 11 тел. (017) 253 70 01.

- а также швейцарские часы "CERTINA", предоставленные в качестве приза магазином "РАМИТ-СТРОЙМАРКЕТ".

Министерство связи и информатики Республики Беларусь

АБОНЕМЕНТ НА ГАЗЕТУ БИРЖИ и БАНКИ БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

ПОДПИСКА С ms И "РАМИТ-СТРОЙМАРКЕТ" 63879 Подписной индекс

Количество экземпляров

на 1997 год по месяцам:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда (почтовый индекс) (адрес)

Кому (фамилия, инициалы)

ДОСТАВОЧНАЯ КАРТА НА ГАЗЕТУ БИРЖИ и БАНКИ БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА

ms "РАМИТ-СТРОЙМАРКЕТ" 63879 Подписной индекс

ПВ	место	литер	Стоимость подписки на квартал - 111.000(1 экз.) на месяц -37.000руб.(1экз.)	Количество экземпляров

на 1997 год по месяцам:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда (почтовый индекс) (адрес)

Кому (фамилия, инициалы)

Среди подписчиков газеты "Имя" будут разыграны:

- бытовая техника BOSCH, предоставленная фирмой "Сквирел-строй".

строительные и отделочные материалы ведущих европейских производителей. ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ФИРМА СКВИРЕЛ СТРОЙ тел. (017) 222 45 13, 276 92 37.

г. Минск, ул. Комсомольская, 13. тел.(017) 223 12 07.

marcopizzi — салон - магазин итальянской обуви

- а также купон на сумму 99 USD на покупку обуви в салоне - магазине "MARCO PIZZI".

Министерство связи и информатики Республики Беларусь

АБОНЕМЕНТ НА ГАЗЕТУ ИМЯ

подписка с marcopizzi и "СКВИРЕЛ-СТРОЙ" 63211 Подписной индекс

Количество экземпляров

на 1997 год по месяцам:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда (почтовый индекс) (адрес)

Кому (фамилия, инициалы)

ДОСТАВОЧНАЯ КАРТА НА ГАЗЕТУ ИМЯ

marcopizzi "СКВИРЕЛ-СТРОЙ" 63211 Подписной индекс

ПВ	место	литер	Стоимость подписки на квартал - 45.000руб.(1 экз.) на месяц - 15.000руб.(1 экз.)	Количество экземпляров

на 1997 год по месяцам:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Куда (почтовый индекс) (адрес)

Кому (фамилия, инициалы)

А также среди подписчиков обеих газет будет разыгран СУПЕР - ПРИЗ - туристическая путевка в Грецию.

Подписка проводится:
до 10 марта - во всех отделениях связи РБ;
до 29 марта - в редакции по адресу: г. Минск, пл. Свободы, 17, к. 601а.

Итоги розыгрыша и фамилии победителей будут опубликованы в "Белорусской Деловой Газете" в номере от 3 апреля 1997г. и в газете "Имя" в номере от 4 апреля 1997г..

Тел. для справок (017) 226 87 99, 229 22 10.

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ И ВЫИГРЫВАЙТЕ

СУДЫ

СПОР ИСЧЕРПАН, ВОПРОСЫ ОСТАЮТСЯ

Валентин БОРИСЕВИЧ,
пресс — секретарь Высшего хозяйственного суда РБ

Рыночные отношения, как известно, обеспечивают свободу выбора товара, прямую связь покупателя и продавца, возникающую на основе состязательности между производителями товара за потребительский рубль. Но порой в погоне за выгодой субъекты хозяйствования теряют контроль за качеством сделок. Не случайно в Высшем хозяйственном суде с каждым годом все больше рассматривается дел с участием иностранных и совместных предприятий, зарегистрированных на территории Республики Беларусь, а также субъектов хозяйствования других государств.

Однако рост количества споров является не только одним из показателей расширения экономических связей белорусских субъектов хозяйствования, повышения заинтересованности в белорусском рынке со стороны иностранных инвесторов, но и свидетельствует о присутствии ряда негативных моментов в отношениях между белорусскими и иностранными субъектами хозяйствования. Ведь основанием для предъявления почти 80% исковых заявлений с участием иностранных и совместных предприятий -- юридических лиц Республики Беларусь и иностранных субъектов хозяйствования явилось то, что партнерами по сделкам не исполнялись или недобросовестно исполнялись обязательства по поставке продукции, выполнению работ, оказанию услуг после получения предварительной оплаты.

Кроме того, предметом исков являлись также требования о признании недействительными сделок, учредительных документов юридических лиц, актов органов власти и управления, об устранении препятствий к пользованию банковскими счетами, о внесении изменений в договоры, о расторжении договоров, о признании права собственности на имущество и т.д. Однако в подавляющем большинстве случаев судебные споры возникали в связи с осуществлением субъектами хозяйствования торгово-закупочной и иной коммерческой деятельности, не связанной с производством.

Например, суть дела, рассмотренного недавно в Высшем хозяйственном суде, состоит в том, что в соответствии с контрактом, заключенным между минским ООО «Белинтехно» и литовской фирмой «Дарга», последними были поставлены запасные части к автобусам «Икарус» на сумму более $10 тыс., которые предназначались для МГП «Минскпассажиравтотранс». Согласно пункту 4.1 контракта ООО «Белинтехно» должно было осуществить оплату за поставленный и принятый товар в течение 5 банковских дней с момента получения. Однако время шло, а долг не погашался. Правда, литовцы питали надежду на то, что «Белинтехно» все-таки изыщет возможность рассчитаться. Чтобы облегчить их участь, фирма «Дарга» даже пошла на уступку: предложила ответчику произвести расчет, коль нет валюты, в российских либо белорусских рублях. Но в ответ -- холодное молчание.

Директор каунасской фирмы вынужден был обратиться к генеральному директору МГП «Минскпассажиравтотранс» В.Сикорскому. Вот строки из его письма:

«Фирма «Дарга» поставляет запчасти к автобусам «Икарус» Вашему предприятию с 1993 года. За это время сложились хорошие торговые отношения и доверие. Мы поставляли товар в кредит, и никогда не возникало проблем с расчетами, даже если они затягивались.

В 1996 году мы получили от Вас новый заказ на поставку запчастей на общую сумму $94880. Контракт на покупку товара предложено было составлять между фирмой и ООО «Белинтехно», так как последнее является получателем кредита от государства.

После подписания контракта мы отправили первую партию запчастей на сумму $10325. Они доставлены на склады «Минскпассажиравтотранса»... Однако генеральный директор «Белинтехно» А. Карканица избегает контактов со мной.

Во имя наших хороших торговых связей прошу Вас содействовать в получении наших денег».

Согласно заключенному контракту и дополнительному соглашению получатель запчастей -- МГП «Минскпассажиравтотранс» перечислило ООО «Белинтехно» стоимость полученных запасных частей с учетом расходов, связанных с их поставкой. Исходя из анализа расчетов видно, что у ООО «Белинтехно» возможность оплаты полученной продукции была. Должен сказать, что хотя определенные трудности, конечно же, были и у посреднической фирмы, в целом служебная переписка содержит много такого, над чем стоит задуматься.

В частности, генеральный директор общества с ограниченной ответственностью «Белинтехно» в обосновании задержки перечисления денег фирме «Дарга» пишет:

«В связи с отсутствием достаточного количества валюты на бирже продажа ее в основном осуществляется для оплаты контрактов по энергоносителям и продовольствию. Так, из отправленных 140 млн.рублей для расчета с фирмой «Дарга» деньги были возвращены с биржи. Ввиду этих проблем нам не удалось закупить валюту по курсу, существовавшему на день перечисления денег МГП «Минскпассажиравтотранс». Поэтому недостача средств из-за роста курса на сегодняшний день составляет $21415,6. Кроме того, 210 млн. рублей находятся на счету фирмы безо всякой надежды с нашей стороны на конвертацию».

Но вернемся к здравому смыслу. Стороны в судебном заседании пришли к единому мнению, что отгрузка запчастей произведена во исполнение контракта, а возражения ООО «Белинтехно» о наличии якобы форс-мажорных обстоятельств в связи с отсутствием валюты и доводы о поставке некачественного товара суд посчитал необоснованными, поскольку в данном случае отсутствие валюты на валютной бирже не являлось непреодолимым препятствием для исполнения обязательств по оплате полученной продукции, а качество товара -- предметом рассмотрения данного спора. К тому же ответчиком не были представлены документы, подтверждающие некачественность товара.

На этом спор можно считать исчерпанным. Суд вынес решение о взыскании с ООО «Белинтехно» в пользу фирмы «Дарга» $10325 долга и $516 расходов по госпошлине.

Этот судебный спор, как и другие с участием совместных и иностранных предприятий -- юридических лиц Республики Беларусь и субъектов хозяйствования зарубежных государств, показал, что содержание и особенности деятельности хозяйствующих субъектов, характер и объем их взаимоотношений зависят не только от уровня развития правоотношений и экономики государств, но и от добросовестности и надежности при исполнении обязательств субъектами хозяйствования друг перед другом.

СТАТИСТИКА

ЗИМНЕЕ НАСТУПЛЕНИЕ ПРЕСТУПНОСТИ

Иван КАШКАН

Едва успели руководители правоохранительных органов страны сообщить об успехах, достигнутых в прошлом году на фронте борьбы с преступностью, как криминогенная ситуация вновь обострилась.

Напомним, что, по официальной статистике, в прошлом году в Беларуси было совершено 127 тысяч преступлений, что на 3,4% меньше, чем в 1995 году.

В нынешнем году, судя по всему, стабилизировать криминогенную ситуацию в стране стражам правопорядка будет довольно сложно. Как свидетельствует милицейская статистика, за первые два месяца текущего года в Беларуси уже совершено 20352 преступления, что на 356 больше, чем за аналогичный период минувшего года. Причем не может не вызывать тревоги значительный рост тяжких преступлений. В частности, за январь - февраль этого года зарегистрировано 5093 тяжких преступления (на 150 больше, чем за первые два месяца года ушедшего), среди которых 167 -- умышленные убийства, 351 -- тяжкие телесные повреждения, 90 -- изнасилования.

В то же время отмечено некоторое сокращение количества случаев хищения имущества. Таких преступлений зарегистрировано 12542 (на 340 меньше, чем за аналогичный период прошлого года). Однако вряд ли этот показатель может свидетельствовать о реальных успехах правоохранительных органов в борьбе с расхитителями «рыночно-социалистической» собственности. По мнению некоторых специалистов, дела о хищениях, в отличие от убийств, изнасилований и других тяжких преступлений, легче поддаются «вариациям на статистическую тему». К тому же о многих фактах хищений в правоохранительные органы просто не сообщается. Особенно стараются избежать подобной огласки руководители государственных предприятий.

Так что есть основания полагать, что реальное количество преступлений, совершенных за первые два месяца текущего года, превышает официальные показатели статотчетов. Однако, по мнению наблюдателей, итоги работы правоохранительных органов за первый квартал текущего года окажутся более успешными. К концу года руководители МВД, КГБ и Прокуратуры отрапортуют об обещанной президентом стабилизации на фронте борьбе с преступностью. Подобные заверения уже звучали на коллегиях правоохранительных ведомств по итогам работы за прошлый год. Между тем жить в нашей стране становится все труднее и небезопаснее.

КОНЦЕПЦИИ

ОТСЕЛЬ ГРОЗИТЬ МЫ БУДЕМ НАТО

Сергей АНИСЬКО

На прошлой неделе российские средства массовой информации распространили информацию о том, что совместной белорусско-российской рабочей группой, состоящей из представителей советов безопасности, министерств обороны и иностранных дел, спецслужб, разработан проект концепции региональной безопасности (КРБ). Основные положения документа пока держатся в секрете. Не исключено, что основные положения концепции будут обнародованы после ее утверждения законодательными органами двух стран и подписания очередных программных документов в рамках российско - белорусского Сообщества.

Тем не менее из осведомленных источников в правительственных кругах некоторые положения этого документа уже стали известны.



Благословим на дальний путь?..

Появление КРБ является своего рода ответом Москвы и Минска на продвижение Североатлантического блока на Восток. Борис Ельцин и Александр Лукашенко не желают видеть в составе НАТО Прибалтийские государства и страны бывшего соцлагеря. Кроме того, они категорически против размещения ядерного оружия и дислоцирования воинских контингентов стран Запада в Восточной Европе.

По мнению некоторых разработчиков КРБ, сегодня военное сотрудничество между Россией и Беларусью должно осуществляться на принципиально новой основе. В частности, в концепции предусмотрено, что если НАТО не прислушается к требованиям Кремля, произойдет более тесная интеграция двух стран в военной сфере. Под этим, по всей видимости, подразумевается совместное ведение военно-разведывательных операций, усиление за счет МО России группировки ПВО в Беларуси и совместное боевое дежурство военно-воздушных сил. Военные ведомства перейдут к единому стратегическому и оперативному планированию. Таким образом, российский Генштаб определил роль белорусской армии на случай возникновения вооруженного конфликта. Не исключено, что, как и во времена СССР, наша страна вновь станет первым эшелоном группировки войск, или, говоря словами армейских юмористов, «группировкой камикадзе».

Исходя из этих планов должна проводиться боевая подготовка войск, которая сегодня еще недостаточно систематизирована и осуществляется лишь для поддержания минимального уровня профессионализма. Для повышения ее качества и отработки задач по взаимодействию планируется проведение совместных военных учений. В распоряжение наших военнослужащих будут безвозмездно предоставляться российские полигоны.

Предусматривается более тесное сотрудничество военно-промышленных комплексов двух стран. Причем, возможно, Россия возьмет на себя обязательства по кредитованию некоторых научных программ, осуществляемых белорусскими оборонщиками. Однако в случае, если это произойдет, Беларуси придется несколько свернуть свою военно-экспортную деятельность со странами дальнего зарубежья.

Не исключено, что КРБ предусматривает использование территории Беларуси для размещения российской стратегической авиации, ракет малой и средней дальности. Но это произойдет лишь в том случае, если американские «Першинги» станут базироваться в бывших соцстранах.

Некоторые аналитики считают, что разработка КРБ -- не более, чем политический блеф. По их мнению, утечка информации о документе была преднамеренной. Ее допустили в канун приезда генерального секретаря НАТО Хавьера Соланы в Москву. Таким образом Кремль пытается оказать давление на Запад и приостановить процесс принятия в блок Чехии, Венгрии и Польши. И если НАТО прислушается к мнению Москвы, КРБ окажется «мертворожденным» документом.

Беларусь всей этой историей поставлена в довольно щекотливое положение. Дело в том, что концепция явно противоречит действующей Конституции, согласно которой наша страна имеет статус нейтрального государства.

Тем не менее 14 марта состоится коллегия Совета безопасности. Не исключено, что, кроме проблем борьбы с преступностью и подготовки правоохранительных органов к операции «Политическая весна-97», на ней будут обсуждаться и некоторые аспекты проекта КРБ.

ТЕНДЕНЦИИ

НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ДЕГРАДИРУЕТ

Алесь ШКЛОВСКИЙ

Генеральный прокурор Олег Божелко направил в национальную комиссию по правам ребенка представление, в котором предложил разработать меры по защите жизни, здоровья и предупреждению преступности несовершеннолетних.

Поводом для беспокойства Генпрокурора стал заметный рост преступности среди подростков. В прошлом году несовершеннолетними совершено 9892 преступления. К тому же, именно дети все чаще и чаще становятся жертвами преступных посягательств. За 1996 год преступления были совершены в отношении 2497 детей.

Нередко дети из-за жестокости или пьянства родителей, преследования сверстников убегают из дома и даже совершают самоубийства. В прошлом году в розыске находилось 1340 несовершеннолетних, судьба 70 из них до сих пор неизвестна. Только в Минске за последние полтора года 13 детей покончили жизнь самоубийством.

Количество подростков, больных сифилисом, увеличилось за последние два года с 512 до 1042.

ПРОФИЛЬ

МОНЕТАРИСТ ЕГО ВЕЛИЧЕСТВА

Александр ФЕДУТА

Мы ничего не знаем о тех, кто вершил историю не пером и шпагой, а бухгалтерскими расчетами. А ведь экономист и финансист, порой, делали для народа больше, чем поэт и завоеватель. ... Отечественная война 1812-1815 гг. обошлась России в колоссально малую сумму. Затем, по ее окончании, в предельно короткий срок была совершена реформа в финансовой сфере: из ситуации, когда российский рубль фактически заменялся суррогатами, а страна находилась на пороге финансового банкротства, был осуществлен рывок, сделавший рубль самой стабильной валютой мира. За всем этим стоит человек, который признан историками как выдающийся министр финансов -- Егор Францевич Канкрин.



Герхардт Канкрин (русифицированное имя Егор появится в его «анкете» значительно позже) родился в маленьком немецком городке Ганау, в Гессенском курфюршестве, 16 ноября 1774 года. Семья как семья. Предки были пасторами или офицерами, дед -- горным чиновником. Отец -- Франц Людвиг Канкрин -- *замечательный специалист-технолог*, занимавшийся и соляным промыслом, и организацией мануфактур. Его пригласили в Россию, и он уехал в этот дикий медвежий край из маленькой уютной Германии, где оставил малютку-сына.

Русские немцы. Франц Лефорт, обучавший Петра Великого курению, пьянству и основам европейской политики. Буркхардт Миних, сохранивший для России Бессарабию и свергнувший ненавистного ей курляндца Бирона. Андрей Остерман, определявший генеральную линию ее дипломатии в течение трех десятков лет. Принцесса Софи-Фредерика Ангальт-Цербстская и принцесса Алиса Гессен-Дармштадтская -- великая Екатерина II и злосчастная Александра Федоровна, супруга последнего российского императора. Они -- частица российской истории, которая до сих пор не написана. И Егор Канкрин -- один из них.

Отец его был назначен директором государственных солеварен в Старой Руссе. Сын оставался в Германии, где получил надлежащее для всякого уважающего себя немца образование. Маленький аккуратный немецкий мальчик вырос в педантичного сдержанного юношу, предпочитающего точные и естественные науки гуманитарным. Блестящее дарование не помогло найти ему место на государственной службе, и он в 1797 году тоже уехал в Россию. Не к отцу -- в Россию. В этом есть разница. И хотя позже Егор Францевич Канкрин-младший и оказался на должности помощника Франца Людвиковича Канкрина-старшего, директор старорусских солеварен ни разу, говоря современным языком, не премировал своего сына-помощника.

Но и это будет лишь в 1800 году. А тогда, в начале царствования императора Павла I, Егор Канкрин просто не мог нигде найти места. Он не знал ни русских обычаев, ни русского языка. Три года бедствовал, не имея, порой, средств, чтобы выпить стакан чаю. А это и был-то тем временам «прожиточный минимум». Сорок лет спустя учащийся Инженерного училища Федор Достоевский писал отцу из того самого Михайловского замка, где в 1801 году был убит Павел I: «А мне, батюшка, денег не хватает на чай с сахаром, а только на хлеб. А господа инженеры все по вечерам чай пьют». И не оттого ли гений российской словесности лютой ненавистью ненавидеть будет барственного Ивана Тургенева, подобных лишений не испытавшего?..

Егор Канкрин никого в своей бедности не обвинял. Он работал, терпеливо, как и положено добропорядочному немцу-чиновнику. Его заметил вице-канцлер Остерман, внук сподвижника Петра Андрея Ивановича Остермана. С 1803 году к Канкрину, *человеку со стороны*, начинают *обращаться за консультациями* высшие должностные лица Российской империи. Всесильный временщик Алексей Александрович Аракчеев был даже вынужден извиниться перед ним за то, что обратился на «ты» и предложил перейти на службу к себе в имение: Егор Канкрин служил «делу, а не лицам».

К 1811 году Канкрин совершил блестящую карьеру. С чином действительного статского *советника* -- «штатского генерала» -- он был назначен помощником генерал-провиантмейстера русской армии, фактически -- заместителем главного армейского снабженца. Хлебное место. И это в стране, где на вопрос государя «Что происходит в моем государстве?» историк Николай Михайлович Карамзин односложно отвечал: «Воруют!».

Этот крик души раздавался у каждого честного человека во время войны. Война порождает мародеров. Вслушайтесь в речи нынешних российских генералов Александра Лебедя и Льва Рохлина, и вы поймете: «Воруют!». И чем грандиознее война, тем труднее бороться с ворами-мародерами.

По всеподданнейшему докладу военного министра Михаила Богдановича Барклай де Толли Отечественная война 1812-1815 годов обошлась России всего в 157,5 миллионов рублей. Первый год Крымской войны 1855-1856 гг. обойдется России в 300 миллионов, а русско-турецкая война двадцать лет спустя -- и вовсе в 1 миллиард 200 миллионов рублей. В 1812 году Канкрин фактически сберег Россию от финансового банкротства. Но чего ему это стоило!

При расчетах российской армии за содержание, предоставленное союзниками в период четырехлетнего заграничного похода, Егор Канкрин уплатил лишь одну шестую требуемой суммы -- 60 миллионов. Это была его война -- *экономия и финансы*. С чисто немецким педантизмом четыре года собирал он квитанции за фураж для скота, за лес для повозок, за продовольствие и боеприпасы. Это было его оружием -- бумаги, квитанции, чеки. Он был профессиональным бухгалтером-экономистом -- и свято исполнял свои функциональные обязанности.

Но в первую очередь он был *думающим человеком*. И там, где московский главнокомандующий граф Федор Ростопчин приказывал разрушать деревни, сжигать сено и забивать скот, чтобы не доставались врагу, немец Герхардт Канкрин, наделенный Михаилом Илларионовичем Кутузовым соответствующими полномочиями, не давал этого делать. Армия отступала -- но мужику нужно было жить...

После войны он получил звание генерал-лейтенанта и задержался в *Белоруссии*. Жил поочередно в Орше, Могилеве, Шклове. Здесь же написал записку с предложениями по освобождению крестьян. Александр I записку принял, но никакого ответа на нее не дал. Война закончилась. О Канкрине забыли.

В 1816 году он женился. Барклай де Толли держал в Могилеве открытый дом, давал балы. Здесь и познакомился немецкий бюргер Егор Канкрин с русской дворянкой Екатериной Муравьевой. Венчались по православному обычаю: Канкрин уже ощущал себя русским. Зажил своим домом. И в 1820 году -- отставка.

Ему всего 46 лет. Он *здоров, умен, энергичен*. Он готов служить России. Но он -- в отставке. Представьте себе, что в отставке -- вы. И прежние знакомцы постепенно забывают о вас, перестают бывать у вас и приглашать к себе. И вчерашний коллега, достигший высоких чинов, высокомерно и холодно раскланивается при встрече, а мальчишка, обязанный вам своим благополучием и карьерой, уже снисходительно похлопывает вас по плечу. Отставка -- читай: опала.

Российскими финансами тринадцать лет управлял граф Дмитрий Александрович Гурьев, обходительнейший великосветский щеголь, хлебосол и гурман. Именно он изобрел для потомков сладкую рисовую кашу с изюмом и орехами -- «гурьевскую кашу». В финансах также была «каша». Государственный долг рос, рубль падал. Мало того: рубля как такового просто не было! Был биржевой курс, ходила монета разных лет выпуска, бумажная и металлическая, был местный курс. Хлеб был дешев, и крестьяне разорялись. Промышленное производство падало. Обороты внешней торговли сократились в полтора раза. И в довершение всего были неразумные, нерачительные траты. Например, в то время как Гурьев отказывал в выделении 1,8 миллиона рублей для ликвидации голода в белорусских губерниях, он же санкционировал выкуп казной имения у своего разорившегося приятеля за 700 тысяч рублей. Все равно, как если бы нынче при стоящих заводах кто-то пытался отстроить гигантский спортивный комплекс.

О Канкрине вспомнил Аракчеев. Противоречивого Алексея Александровича всегда отличала хорошая память, и строптивый немец явно запомнился ему. Государю, верным слугой которого был Аракчеев, *понадобился человек, на которого можно было опереться*, а Аракчеев понимал, что опираться можно лишь на то, что оказывает сопротивление.

И в 1823 году Егор Францевич Канкрин был призван.

Три задачи пришлось решать ему на посту министра финансов. Во-первых, вопрос унификации и стабилизации национальной денежной единицы -- рубля. Во-вторых, развитие национальной промышленности. И в-третьих, *поиск людей, способных помочь государству выйти из кризиса*.

Первым делом Канкрин восстановил откупа. Система откупов, опиравшаяся на государственную монополию торговли спиртным и имевшая главным принципом свободную продажу вина, с одной стороны, стимулировала рост продажи спиртного, но при этом помещики не занимались бесконтрольным винокурением, все полагающиеся акцизы поступали в казну регулярно, вино было качественным. Сам Канкрин говорил: «Я, батюшки мои, понимаю, что пьянство есть зло, но скажите, чем заменить винный доход?».

Канкрин решительно ограничил денежную эмиссию. Ходившие повсеместно ассигнации, бесконтрольно выпускавшиеся при Гурьеве, обесценились: за серебряный рубль как «твердую» денежную единицу -- «конвертируемый рубль», сказали бы мы сейчас, -- давали четыре рубля ассигнациями. Канкрин ввел протекционистские тарифы по отношению к национальной промышленности и торговле, что стимулировало общий объем поступления налогов в казну. Эта мера в сочетании с режимом жесточайшей экономии привела к пополнению казны и ликвидации уже в 1824 году дефицита бюджета.

Канкрин повысил заработную плату чиновникам своего ведомства на 60% по сравнению с остальным государственным аппаратом. Это позволило привлечь в аппарат честных и грамотных людей. Канкрин же пригласил в Россию великого Александра Гумбольдта, дабы тот исследовал ее недра и определил возможные приоритеты развития. Министр финансов не был министром просвещения, но именно он учредил Лесной и Технологический институты, школы торгового мореходства в Петербурге и Херсоне, множество гимназий и воскресных школ. Им были также основаны «Земледельческая газета», «Коммерческая газета», «Горный журнал» -- первые специальные издания в России. *Он хорошо понимал, что финансовая стабильность есть лишь следствие деятельности компетентных и честных людей...*

Когда в 1825 году воцарился Николай I, Канкрин, как и все министры, готовился к отставке. Император предложил ему остаться на посту и спросил, на каких условиях он готов на это. Канкрин ответил: «Государь Александр Павлович позволял министерству финансов не подчиняться даже ему, а только Богу и совести». И Николай, стремившийся централизовать всю власть в государстве в собственных руках, создавший гигантскую контрольно-бюрократическую машину, построивший в России классическое полицейское государство, развязал Канкрину руки.

Это сказалось и в том, что именно Егору Францевичу было предложено преподавать экономические науки будущему Александру II, по праву получившему в истории звание Освободителя. Государственное устройство и право преподавал наследнику престола создатель первого свода законов империи Михаил Михайлович Сперанский, словесность и языки -- поэт Василий Андреевич Жуковский. Показательно, что первую лекцию венценосному ученику Канкрин начал похвальным словом экономической свободе...

Примечательны экономические воззрения Канкрина, зафиксированные в его записках на имя императора, научных трудах и лекциях. Приведем лишь некоторые его высказывания: «**Благосостояние каждого в частности**, а не умножение общего государственного дохода должно быть задачей управления... Неразумно требовать от податных сословий слишком много и во что бы то ни стало взыскивать с них недоимки. Нельзя смотреть на недоимки как на безусловный долг государству, ибо, настаивая на их поступлении, правительство уничтожает капитал, необходимый для хозяйства... Правительства, прибегающие к выпуску бумажных денег, подобны юношам, увлекающимся азартною игрою».

1 июня 1839 года произошло главное событие в жизни Канкрина -- был опубликован указ о переходе на металлическое денежное обращение. Государство намеревалось в течение определенного времени изъять из обращения подвергшиеся девальвации ассигнации и перейти к использованию единого серебряного рубля. Это означало, что финансовая система страны оздоровлена и стабильна. Добился этого Егор Францевич методами, которые сегодня можно было бы назвать монетаристскими. Во-первых, был создан благоприятный инвестиционный климат и, как следствие, в Россию было ввезено большое количество иностранной валюты -- создан необходимый фонд для обслуживания и погашения внешнего долга. Во-вторых, через полгода после объявления о переходе на металлические деньги в Петербурге была открыта Депозитная касса. Каждый житель страны мог *свободно* приехать в нее и обменять устойчивые, но не вполне *удобные* при использовании металлические деньги на ... все те же бумажные депозитные билеты -- «депозитки». Правда, государство гарантировало, что любое лицо в любой момент может обменять без ограничений любое количество «депозиток» на звонкое серебро. И поскольку население убедилось, что Канкрин ни разу не обманул никого из доверившихся его финансовой политике, монеты понесли в Депозитную кассу.

Когда в обмен на «депозитки» было накоплено первые 100 миллионов, по приказу Канкрина весь разменный фонд был перевезен в Петропавловскую крепость и на глазах у представителей дворянства и купечества, а также именитых сановников проверен. Граждане убедились: деньги на месте, можно спать спокойно...

Егор Францевич *не требовал для себя ничего*. Император Николай, безоговорочно вверивший ему самый *ответственный* участок государственного управления, готов был осыпать его милостями, но Канкрин оказался куда скромнее, нежели многие менее заслуженные министры. Он, например, отказался от обучения своего сына за казенный кошт и писал по этому поводу монарху: «Будучи поставлен щедротами Государя Императора в возможность пецись сам о воспитании детей моих, я желал бы, чтобы назначенная на воспитание моего сына сумма была обращена для другого, более нуждающегося в таковом пособии».

Была всего одна царская милость, которой дорожил этот странный, в быту небогато одевавшийся и очень демократичный сановник. Когда император Николай заметил, что Канкрин стесняется курить в его присутствии, императрица собственноручно поднесла министру трубку, набитую лучшим немецким табаком.

Он любил музыку, разбирался в архитектуре, в юности пробовал писать романы. Когда ему представляли кандидата на тот или иной пост, спрашивал его: «Вы, батюшка мой, стихов не пишете?».

В 1842 году его отпустили в отставку, о которой он уже долго просил императора. Нового министра финансов Николай найти не смог и создал вместо министерского поста коллегиальный орган Комитет по финансам из пяти человек. Младший брат императора, великий князь Михаил Павлович сострил по этому поводу: «Ну вот мы и разменяли нашего дорогого Канкрина на мелкую монету».

... В двадцатые годы двадцатого века о Егоре Канкрине вспомнил большевистский наркомфин Григорий Сокольников. Он пошел по пути Канкрина, и советский червонец вплоть до конца двадцатых годов стал самой стабильной валютой. А дальше началось то, что трудно назвать нормальной экономикой...

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

БОГАТОЕ ГОСУДАРСТВО НА НИЩЕТЕ ГРАЖДАН НЕ ПОСТРОИШЬ

Владимир БАШАРИМОВ,
депутат Верховного Совета 13-го созыва

Вот уже два месяца, как начала функционировать нижняя палата Национального собрания. За этот срок новый белорусский парламент успел рассмотреть и принять бюджет на 1997 год. Очередная задача, на которой, как я считаю, необходимо сосредоточить внимание депутатам, вошедшим в состав Палаты представителей, -- доведение до логического завершения начатой Верховным Советом 13-го созыва работы над созданием Налогового кодекса.



Комиссией по бюджету, налогам, банкам и финансам с мая 1996 года велась интенсивная работа по созданию проекта Налогового кодекса. К середине сентября разработка основ будущей налоговой политики была завершена. Предпочтение отдавалось проекту Налогового кодекса, разработанному Верховным Советом. Отмечалось, что этот документ в большей степени (по сравнению с правительственным вариантом) ориентирован на социально-экономическое обновление общества и формирование конкурентоспособной экономической системы, на усиление стимулирующей и регулирующей функций налогов.

Первую часть кодекса Верховный Совет планировал принять к январю, а остальные три -- к июню 1997 года. Это позволило бы правительству разработать государственный бюджет 1998 года на совершенно иных принципах, используя налоги не только как источник формирования бюджета, но и как один из самых важных инструментов государственного регулирования, стимулирующий развитие экономики и субъектов хозяйствования. Однако из-за роспуска Верховного Совета эти планы остались нереализованными.

Сегодня из средств массовой информации стало известно, что Палата представителей отложила работу над созданием Налогового кодекса (а точнее, новый парламент эту работу и не начинал), мотивируя это необходимостью дождаться принятия аналогичного документа в России. Абсурдность такого объяснения очевидна, и это является прямым доказательством того, что в умах некоторых депутатов-ортодоксов Беларусь в отношениях с Россией имеет полуколониальный статус. Думается, такое решение принято ими в связи с непониманием важности немедленного изменения нынешней налоговой политики страны или в связи с элементарной неспособностью завершить начатую Верховным Советом работу. Между тем дальнейшее промедление может обернуться для страны серьезнейшими неприятностями как в экономике, так и в политике.

Правительство не осведомлено о реальном уровне налоговой нагрузки. Приводятся разные цифры. Так, при рассмотрении последнего бюджета правительство заявило, что налоговая нагрузка на предприятия в этом году будет уменьшена с 37 до 33% к валовому внутреннему продукту. Таким заверениям от души порадовались бы и руководитель предприятия, и председатель колхоза, и любой бизнесмен. Жаль только, что заявления эти, как правило, не подкрепляются пояснениями -- за счет чего или каким образом будет произведено такое снижение налоговой нагрузки и действительно ли ее уровень в 1996 году составлял 37% к ВВП.

Между тем в свое время Министерство финансов проводило расчеты общего уровня налоговой нагрузки в экономике. Согласно им налоговая нагрузка в стране с момента приобретения независимости составляла: в 1992 году -- 43,9% к ВВП, в 1993 году -- 63,3%, в 1994 -- 58,7% и в 1995 -- 50,2%. В 1996 году общий уровень налоговой нагрузки Минфином оценивался в 44,7% к ВВП. Однако вряд ли можно верить в то, что налоговый пресс в 1996 году был уменьшен на 5,5 пункта по сравнению с 1995 годом и на 14 пунктов по сравнению с 1994 годом. Ведь действовавшее и в 1994, и в 1995 годах налоговое законодательство в 1996 году существенных изменений не претерпело. Но даже если принять во внимание расчеты Минфина такими, какие они есть, то чистая налоговая нагрузка на предприятия составляла не 37%, как в этом уверяет нас правительство, а 41,7% (без учета подоходного налога с физических лиц, удельный вес которого в общем объеме налогов составлял около 3% к ВВП). Это бремя явно непосильно для наших предприятий -- у многих из них после уплаты всех налогов, сборов и неналоговых платежей остается максимум 20% от оборота на новый цикл производства. А необходимо как минимум в 2,5 раза больше.

Предвидя вопрос -- за счет чего же тогда живут наши предприятия? -- отвечу коротко. Во-первых, не живут, а влачат жалкое существование на грани банкротства. (Средняя рентабельность экономики в 1996 году -- менее 10%). Во-вторых, выжить предприятиям, как это ни парадоксально, помогает само государство, регулярно списывая с них долги и заставляя банки выдавать им на льготных условиях кредиты, заведомо зная, что обратно они их вряд ли получат.

Но вернемся к налогам. Сомнительны утверждения официальных лиц о снижении на 4% к ВВП налоговой нагрузки в 1997 году. В принятом на этот год бюджете предусмотрено уменьшение на 2 пункта чрезвычайного налога (с 10 до 8% от фонда заработной платы, примерно около BLR 800 млрд.). Наполовину снижены и отчисления во внебюджетные фонды местных Советов на содержание ведомственного жилья (с 0,5 до 0,25% выручки от реализации). Отменен сбор на содержание государственной пожарной службы (в 1996 году собрано BLR 315,4 млрд.). То есть в общем объеме налогов доля налоговых сокращений незначительна и составляет менее 1% к ВВП. Однако и это сокращение власти компенсируют введением новых платежей. Так, в 1997 году предусмотрено создание еще одного республиканского внебюджетного фонда под названием «Энергосбережение», который будет формироваться за счет санкций, применяемых к субъектам за неэффективное использование топливно-энергетических ресурсов, а также за счет добровольных взносов юридических и физических лиц. Принимая во внимание приверженность государства к штрафам и учитывая принудительный характер добровольных взносов, можно не сомневаться, что создание этого фонда влетит субъектам хозяйствования в копеечку. А если учесть, что Национальное собрание одобрило предложенный правительством новый Порядок введения в 1997 году местных налогов и сборов, мотивируя это необходимостью расширения прав местных Советов и усиления их самостоятельности, то ни о каком снижении налоговой нагрузки в текущем году не может быть и речи. Впору вести разговор о ее усилении.

Не вызывает сомнения тот факт, что самостоятельность местных бюджетов и независимость их от центральных властей должна увеличиться. Никакой чиновник в центре не сможет распорядиться деньгами более эффективно, чем это сделают на местах. Это общепризнанно и не требует доказательств. Однако децентрализация бюджета должна осуществляться за счет увеличения процентных отчислений в местные бюджеты от республиканских налогов, а не за счет введения многочисленных местных налогов. Ибо тогда это уже не децентрализация бюджета, а простое усиление налогового пресса.

Это понимают и сами чиновники. Однако в нашем государстве значимость чиновника всегда определялась его возможностью что-либо распределять, в том числе и деньги, которых постоянно на всех не хватает. Естественно, что на уменьшение своей значимости решиться трудно. Поэтому выбор был сделан в пользу увеличения местных налогов, а не процентных отчислений от действующих республиканских налогов. Хотя с экономической точки зрения такой выбор нельзя назвать грамотным. Ведь произвол местных властей при введении и сборе местных налогов заставит налогоплательщиков принять контрмеры и в конечном итоге приведет к еще большему сужению налогооблагаемой базы, свертыванию экономической активности населения, росту теневой экономики и усилению социальной напряженности в обществе.

Сегодня местные Советы депутатов наделены правом вводить любые налоги. Количество таких налогов может быть ограничено лишь уровнем фантазии местных властей. А фантазия в этом деле может быть действительно безграничной. Об этом свидетельствует и опыт братской России, где в некоторых регионах местные власти ввели налоги на содержание излишнего поголовья дойных коров, на выдачу справок органами исполнительной власти, на использование иностранных алфавитов и т.д. Причем если еще в прошлом году уровень местных налогов на предприятия ограничивался 5% от прибыли, остающейся в их распоряжении, то в 1997 году налоги на продажу (при продаже водки, вина, пива, сигарет и т.д.) и сборы за услуги (гостиничный, ресторанный и т.д.) устанавливаются как надбавки к цене, т.е. в итоге это отразится на уровне цен и ударит по конечным потребителям.

Не добавит авторитета правительству и предоставленное местным Советам депутатов право поручать другим органам осуществлять исчисление, учет местных налогов и сборов и контроль за их поступлением. Какие структуры имеются в виду? Органы госконтроля, милиция, прокуратура или коммерческие структуры? Ведь еще с 1996 года известны случаи взимания коммерческими фирмами местных налогов и сборов (сбора за парковку автотранспорта). Можно представить, как потекут деньги, когда к вашим «запорожцам», «жигулям» и «иномаркам» смогут на законных основаниях подходить крепкие парни и требовать плату за парковку. Вот только куда пойдет этих денег больше -- в государственный бюджет или в чей-то личный карман? Если по такой же схеме будет развиваться ситуация и дальше, то не исключено, что коммерческие структуры начнут «выбивать» с предприятий их задолженность и по платежам в основной бюджет страны.

Сейчас в стране действуют налоги, имеющие только фискальную направленность и ничего, кроме разорительного опустошения, субъектам хозяйствования не приносящие. Причем налогообложение зачастую не зависит от условий, в которых работает конкретное предприятие, и от экономических результатов. Речь идет о так называемых налогах на выручку и себестоимость. Это касается также республиканского внебюджетного фонда поддержки производителей сельхозпродукции и внебюджетного фонда местных Советов на содержание ведомственного жилья, а также инновационных фондов министерств и других центральных органов управления.

Коль уж речь зашла о внебюджетных фондах, осмелюсь еще раз высказать свое негативное отношение к ним. По моему глубокому убеждению, внебюджетные фонды, за исключением фонда социальной защиты населения и фонда занятости, должны быть ликвидированы. Сегодня субъекты хозяйствования отчисляют в фонды огромнейшие суммы, а отдача от них -- минимальная. Только за первое полугодие 1996 года отчисления во внебюджетные фонды превысили поступления в госбюджет и достигли примерно BLR 12,6 трлн. В бюджет за тот же период поступило чуть более BLR 12,4 трлн. Контроль же за расходованием средств внебюджетных фондов со стороны государства явно недостаточен.

Отдельного разговора заслуживают налоги на фонд оплаты труда. Сейчас их суммарная ставка приближается к 100%. По сути, предприятия платят налог на использование рабочей силы. И это в условиях все возрастающей безработицы. Будет ли у предприятий при таком положении хоть какая-то заинтересованность в создании новых рабочих мест? Ведь товары еще находятся в стадии производства или реализации, а налоги должны быть уплачены. Считаю, что эти вопросы можно решить так, как в других странах, -- путем перехода к индивидуальному социальному страхованию, при котором трудоспособные граждане могли бы создавать индивидуальные пенсионные фонды.

Никто, наверное, не сможет аргументированно возразить против того, что наша налоговая система все больше и больше становится похожей на удавку, которая с каждым днем все сильнее затягивается на шее налогоплательщиков. И по этой причине естественно желание людей любыми путями уйти от непосильного налогового пресса и хоть как-то удержаться на плаву. Из многочисленных способов ухода от налогов, имеющихся в арсенале налогоплательщиков, самый легальный -- это получение налоговых льгот. По самым скромным подсчетам, в результате предоставленных многим субъектам хозяйствования налоговых льгот бюджет в прошлом году недополучил около BLR 5 триллионов. Но получила ли какую-нибудь выгоду от этих льгот само государство? Ведь, предоставляя их, оно в первую очередь должно преследовать и тактические, и стратегические цели. Например, поощрять научно-технический прогресс, ресурсо- и энергосбережение, стимулировать увеличение экспорта и снижение издержек и т.д. Сомневаюсь, что можно привести хоть один такой пример. Возможность получения налоговых льгот у нас рассматривается в первую очередь как возможность переложить свои проблемы на плечи других налогоплательщиков и урвать больший кусок из бюджетного пирога. Поэтому массовая раздача льгот в таких условиях лишь снижает экономическую дисциплину остальных субъектов хозяйствования, подрывает их веру в справедливость государства, усугубляет неравномерность налоговой нагрузки, а самое главное -- искажает сущность самих налогов и особенно их экономическую функцию воздействия на общественное производство.

Однако органы государственной власти не намерены отказываться от подобной практики и впредь. Об этом свидетельствует принятый на 1997 год бюджет, по которому глава государства получает право предоставлять индивидуальные льготы плательщикам по налогу на доходы и прибыль, на добавленную стоимость и на недвижимость, а правительство по согласованию с президентом страны -- освобождать отдельных субъектов хозяйствования, а также физических лиц (!) от уплаты таможенных пошлин и НДС при ввозе вещей на таможенную территорию страны с учетом их значимости (!) и необходимости (!) для экономики.

Все это приводит к мысли, что власти вряд ли всерьез заинтересованы в снижении реальной налоговой нагрузки. Ведь тогда они лишатся сказочной кормушки и права дарить, казнить и миловать. А кто же сам себе враг?

Нынешняя налоговая система не способна оказать стабилизирующее воздействие на экономику. Нарушая макроэкономические пропорции и деструктивно воздействуя на происходящие в стране экономические процессы, она способствует снижению деловой активности, росту неплатежей и оттоку капитала, делает бессмысленной предпринимательскую деятельность и подрывает основы нашей государственности. Выход из этого положения единственный -- немедленное изменение налоговой политики. Те, кто стоит у власти, должны постичь одну простую истину: бюджет государства и бюджет семьи, как первичной экономической ячейки общества, неразделимы. Так почему бы увеличение доходов в бюджет не обеспечить через рост доходов населения. Наример, через запланированный существенный рост зарплаты. В этом случае увеличение доходов семьи, к примеру, в два раза привело бы как минимум к такому же увеличению поступлений от подоходного и других налогов.

Как изменить структуру налогообложения и добиться того, чтобы налоги на доходы населения заняли ведущее место среди всех поступлений в бюджет? Ответ на этот вопрос должно дать правительство, твердо уяснив при этом, что нищие граждане богатым свое государство не сделают.

БИРЖИ и БАНКИ

БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА № 18 (361) 13.3.97

Главный редактор **Петр МАРЦЕВ**
Первый заместитель гл. редактора **Светлана КАЛИНКИНА**
Заместитель гл. редактора **Павел ШЕРЕМЕТ**
Заместитель гл. редактора **Валентин ЖДАНКО**

Газета зарегистрирована в Министерстве культуры и печати Республики Беларусь, регистрационное свидетельство №554, от 04.12.92г., 31.05.95г., №561, от 02.07.96г.

Учредитель: ЗАО "БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА"
Издатель: ЗАО "БЕЛОРУССКАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА"

Полиграфическое обеспечение и распространение: **Леонид ЦЫБУЛЬСКИЙ**
Начальник рекламной службы: **Михаил ОРЛЕЦКИЙ**
Компьютерный выпуск **Сергей ОСИПЦОВ**

АДРЕС РЕДАКЦИИ: 220030, Минск, пл.Свободы, 17-518
ТЕЛЕФОНЫ: (017) 223-71-18, 226-78-77
ФАКС: (017) 223-61-05

КОРПУНКТ В РИГЕ: тел. (0132) 428-188 (Вадим ШЕРШОВ)
КОРПУНКТ В ВАРШАВЕ: тел.(1048)90-222-343 (Людмила ГУЛЯКЕВИЧ)

E-mail: edit@workpr.minsk.by; edit@bdg.belpak.minsk.by

Размещение рекламы: **тел./факс: (017) 223-85-88**
Отдел подписки **тел./факс (017) 229-22-10**
Отдел распространения: **тел./факс (017) 226-87-99**

Отпечатано с диапозитивов в ЗАО "Летувос ритас" 2001, Вильнюс, проспект Гедимино, 12а

Тираж	20 000
Цена	договорная
Заказ	426
Подписано в печать	11.3.97 в 15.00
Подписной индекс	63879

Выходит 2 раза в неделю